

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

**“Respublikanın biznes sferasında innovasiya effektivliyinin
qiymətləndirilməsi” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

Süleymanlı Anar Fikrət

BAKI – 2019

AZƏRBAYCAN RESPUBLİKASI TƏHSİL NAZİRLİYİ
AZƏRBAYCAN DÖVLƏT İQTİSAD UNİVERSİTETİ
BEYNƏLXALQ MAGİSTRATURA VƏ DOKTORANTURA MƏRKƏZİ

BMDM-nin direktoru

i.ü.f.d., dos. Əhmədov Fəriz Saleh

“___” _____ 20___ -ci il

**“Respublikanın biznes sferasında innovasiya effektivliyinin
qiymətləndirilməsi” mövzusunda**

MAGİSTR DİSSERTASİYASI

İxtisasın şifri və adı: 060405 Sənayenin təşkili və idarə edilməsi

İxtisaslaşma: İstehsalat və xidmət sahələrinin iqtisadiyyatı və idarə edilməsi

Qrup: 510

Magistrant:

Süleymanlı Anar Fikrət

Elmi rəhbər:

i.ü.f.d., dos. Hüseynli Aytən Təyyar

Proqram rəhbəri:

i.ü.f.d., b/m. Hübətova Suqra İnkilab

Kafedra müdiri:

i.e.d., prof. Kəlbiyev Yaşar Atakişi

Assessment of innovation effectiveness in the business sphere of the republic

Abstract

Nowadays, providing the development of national economy's specific sectors, including entrepreneurship, first of all brings forward competitiveness of enterprises, enhancement of management and restructure of production. Changes in these fields are directly related to the service sectors which can promote the development of national economy. And movement force of promotions in the service sectors is innovation process.

“Introduction” covers the relevance of the topic, the level of knowledgeability, goals and objectives of the research, its subject and object, used methods, information basis, scientific novelty or practical value, and surely structure and volume of thesis.

Chapter 1, “Theoretical-Methodological Basis of Innovation Processes in Business”, describes not only innovation itself but also the basic theoretic approaches of scientists to innovation.

Chapter 2, “Modern Indicators of Azerbaijan in International Arena”, examines the individual behaviors and coordinated actions in social systems from which innovation emerges in real-world settings. It presents the various global reports and ratings as one of the significant factor that boost the economic growth of countries. This kind of approach reveals academic research with the new and original sight of view.

Chapter 3, “Evaluation of Innovative Management's Effectiveness”, displays the assessment of modern innovation practices of business subjects in Azerbaijan.

The dissertation consists of abstract, abbreviations, introduction, three chapters, results and suggestions, also a list of references and appendices. The study ends with a list of tables and figures.

Keywords: Azerbaijan, innovation, business, entrepreneurship

İXTİSARLAR

AB	Avropa Birliyi
ABŞ	Amerika Birləşmiş Ştatları
AR	Azərbaycan Respublikası
ETİ	Elmi-Tədqiqat İşləri
ETT	Elmi-Texniki Tərəqqi
ETTKİ	Elmi-Tədqiqat və Təcrübi-Konstruktor İşləri
FTİ	Fundamental Tədqiqat İşləri
İEÖ	İnkişaf Etmiş Ölkələr
İƏİT	İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatı
İKT	İnformasiya və Kommunikasiya Texnologiyaları
İTM	İnnovasiya Texnologiya Mərkəzləri
KİM	Kiçik İnnovasiya Müəssisələri
KOM	Kiçik və Orta Müəssisələr
KOS	Kiçik və Orta Sahibkarlıq
Məs.	Məsələn
TP	Texnoparklar
ÜDM	Ümumi Daxili Məhsul
ÜMG	Ümumi Milli Gəlir
ÜMM	Ümumi Milli Məhsul
ÜTT	Ümumdünya Ticarət Təşkilatı
AU	Abernathy and Utterback
DTF	Distance To Frontier
EODB	Ease Of Doing Business
EU	European Union
Eurostat	Statistical Office of the European Union
OECD	Organization for Economic Co-operation and Development

MÜNDƏRİCAT

GİRİŞ	7
I Fəsil BİZNESDƏ İNNOVASİYA PROSESLƏRİNİN NƏZƏRİ-METODOLOJİ ƏSASLARI	11
1.1. İnnovasiyanın əsas anlayışları və innovasiyanın növləri.....	11
1.1.1. İnnovasiya haqqında.....	11
1.1.2. İnnovasiya növləri.....	17
1.2. İnnovasiya sahibkarlığı innovasiya prosesinin aparıcı istiqaməti kimi	21
1.2.1. Kiçik və orta sahibkarlığın innovasiya iqtisadiyyatında rolu	21
1.2.2. İnnovativ sahibkarlıq formaları.....	25
II Fəsil AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ ARENADA MÜASİR GÖSTƏRİCİLƏRİ	31
2.1. Biznes fəaliyyəti hesabatlarında ölkənin iqtisadi vəziyyəti	31
2.2. Qlobal reytinglərin rəqabətliliyin artırılmasına təsiri	40
III Fəsil İNNOVASİYALI İDARƏETMƏDƏ SƏMƏRƏLİLİYİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ	49
3.1. Analizin qoyuluşu və sadə qiymətləndirmə.....	49
3.2. Mürəkkəb təhlillərlə təkmilləşdirilmiş qiymətləndirmə	61
NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR	67
ƏDƏBİYYAT SİYAHISI	69
ƏLAVƏLƏR.....	73
Cədvəllərin siyahısı.....	74
Qrafiklərin siyahısı.....	77

GİRİŞ

Mövzunun aktuallığı. Hazırkı dövrdə bütün dünyada müasir biznes sahəsində elmi və texniki nailiyyətlərin savadlı və düzgün tətbiqini nəzərdə tutan innovasiya sistemi sürətlə inkişaf edir. Müasir şəraitdə yeni texnologiyaların təsərrüfat dövriyyəsinə cəlb edilməsi effektivliyinin yüksəldilməsi, müəssisənin innovasiyalı inkişaf metodologiyasının işlənilib hazırlanmasını zəruri edir. İnnovativ idarəetmə isə, bilavasitə bu sahədə tərəqqiyə təkan verən ən mühüm səbəblərdəndir. Belə ki, innovasiya strukturlarının fəaliyyətinin səmərəliliyinin qiymətləndirilməsi perspektiv inkişaf və idarəetmə qərarlarının qəbulu üçün əsas rol oynayır.

XXI əsrdə firmaların, müxtəlif sahələrin və milli iqtisadiyyatların rəqabət qabiliyyətlərinin inkişaf etdirilməsinin ən ümdə faktoru kimi ön sırada elmi-texniki tərəqqi dayanır. Elmi kəşflərin, yeni ünsiyyət vasitələrinin və digər texnologiyaların ildırım sürətilə bütün dünyaya yayılması, demək olar ki bütün ölkələrin iqtisadiyyatına, siyasətinə, mədəniyyətinə və sosial sferasına həlledici təsir göstərməkdədir. Şübhəsiz ki, get-gedə genişlənən və qloballaşan ETT-nin əsas təyinediciləri rolunda çıxış edən amillərdən biri də innovasiya fəaliyyətidir. Digər yandan dünya təcrübəsi də onu göstərir ki, İEÖ-in iqtisadiyyatında innovasiya xüsusi bir mövqe tutur.

İnnovasiya fəaliyyəti istehsal olunan məhsul və xidmətlərin keyfiyyətinin yaxşılaşdırılması, material və əmək xərclərinin azaldılması, əməyin məhsuldarlıq dərəcəsinin və təşkilatın həyat fəaliyyətinin təkmilləşdirilməsi kimi ən mühüm ehtiyatlardan ibarətdir. İnnovasiyaların sayəsində sosial inkişaf cəmiyyət üçün hər baxımdan dinamik, yaradıcı, cəlbedici və əhəmiyyətli bir hal alır. Aydınır ki, innovasiya sektorunun (elmtutumlu sahələrin, şirkətlərin və dünya texnologiya bazarlarının) böyümə dərəcəsi və dinamizmi iqtisadi artım üçün bir növ bünövrə yaradır. Bir yandan isə bütün bunlar, iqtisadiyyatın rəqabət qabiliyyətinin genişlənməsi nəticəsində də baş verir.

Respublikamızda kiçik və orta sahibkarlıq sferasında firmalararası rəqabətin kəskinləşməsində innovasiya fəaliyyətinin tətbiqinin dərinləşdirilməsi müəyyən analizlərin aparılmasına tələbat yaradır. İnnovasiya fəaliyyətinin nəzəri və praktiki

analizi onu deməyə əsas verir ki, innovasiyayönümlü olan və ya innovativ baxımdan aktiv olan kiçik və orta biznes müəssisələrinin fəaliyyətinin effektivliyini artırmadan ölkənin iqtisadi inkişafı üçün qarşıya qoyulan hədəfləri həll etmək mümkün deyil.

Problemin qoyuluşu və öyrənilmə səviyyəsi. Dünyada və ölkəmizdə innovasiya qabiliyyətini mikroiqtisadi və makroiqtisadi səviyyədə bir çox elm xadimləri öyrənmişdir. Vətənimizdə Tağıyev A.H., Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M., Hübətov R., Hüseynova A.D., Musayev A., Qurbanov N.Ə. və başqaları bu sahəni tədqiq etmişlər. Ölkə xaricində isə Бабкина Е.В., Пазушкин П.Б., Ефимова Н.Ф., Маховикова Г.А., Медынский В.Г., Палей Т.Ф., Фатхутдинов Р.А., Швандар В.А., Горфинкель В.Я., Eric von Hippel, Clayton M. Christensen, Peter F. Drucker və sairəni göstərmək olar. Bu dissertasiya işinin sadalanan araşdırmalardan fərqi odur ki, innovasiyaların öyrənilmə səviyyəsinə yeni baxışı orta qoyur və problemləri daha əhatəli mənimsəyir.

Tədqiqatın məqsəd və vəzifələri. Magistr dissertasiyasının başlıca məqsədi innovasiya fəaliyyətinin səmərəliliyini və onun biznes sferasına təsirini araşdırmaq, sahibkarlıq prosesində yeniliklərin tətbiqini qiymətləndirmək, həmçinin innovasiya yönümlü inkişafın idarə edilməsinin təşkilati-iqtisadi mexanizmini müəyyən etmək, biznesdə innovasiya siyasətinin əsas istiqamətlərini təhlil etmək və bu əsasda nəticələr çıxarmaqdır. Bundan savayı, dissertasiya prosesində innovasiya fəaliyyəti ilə bağlı əsas anlayışlar, bu fəaliyyəti həyata keçirən təşkilatların formalaşdırılması qaydaları, dövlətin innovasiya prosesinə dəstəkdə rolu, onlara təşkilati dəstək formaları, innovasiya layihələri, innovasiya biznesinin təşkili, innovasiyaların kommersiyalaşdırılması, innovasiyalı texnologiyaların transferi və digər məsələlərin üzərində araşdırmaların aparılması qarşıya qoyulmuş hədəflərdəndir.

Digər tərəfdən, ölkəmizdə mövcud olan innovasiya mərkəzlərinin davranışlarının və yenilikçi işlərlə məşğul olan təşkilatların həyat fəaliyyətlərinin beynəlxalq qurumlar tərəfindən elan edilən hesabatlarda və reytinglərdə əks olunmuş nəticələrə görə faydalı və ya faydasız strateji siyasət yeritmələrinə aydınlıq gətirmək, həmin şirkətlərin və respublikanın ümumi innovasiya prosesinə mənfi ya

da müsbət təsirlərini müəyyən etmək, onların gələcəkdəki biznes strategiyalarını düzgün analiz etmələrinə zəmin yaratmaq da tədqiqatın zəruri vəzifələrdəndir.

Tədqiqatın obyektı və predmeti. Tədqiqatın obyektı qismində Azərbaycan Respublikasında yerləşən və müxtəlif elmi-texniki və ya iqtisadi fəaliyyətlə məşğul olan biznes ekosistemi iştirakçılarını göstərmək olar. Tədqiqatın predmetinə isə, bazar iqtisadiyyatının rəqabətqabiliyyətliliyinin böyüməsinin əsası kimi formalaşan və ya funksionallaşan, real şərtlərə arxalanan mürəkkəb bir quruluşda mövcud olan, innovasiya dərəcələrinin qiymətləndirilməsi üçün istifadə olunan alətləri və ölçüləri özündə birləşdirən sosial-iqtisadi münasibətləri misal çəkə bilərik.

Tədqiqat metodları. Dissertasiya işinin araşdırılması və yazılması prosesində tətbiq olunmuş təhqiqat modelləri, tədqiqat metodları və nəticələrinin əldə olunmasında lazım olan köməkçi vasitələr bunlardır:

- 1) müqayisəli təhlil metodu
- 2) qruplaşdırma metodu
- 3) ümumiləşdirmə metodu
- 4) iqtisadi təhlil metodu
- 5) sistemli yanaşma metodu
- 6) analiz metodu
- 7) sintez metodu
- 8) anket təhlili metodu (SPSS for Windows-da qiymətləndirmə)

Tədqiqatın informasiya bazası. AR-nın 2016/2025-ci illəri əhatə edən Strateji Yol Xəritələri, AR İqtisadiyyat Nazirliyi İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutunun materialları, AR-nın Dövlət Statistika komitəsinin nəşrləri, İqtisadi Əməkdaşlıq və İnkişaf Təşkilatının Oslo təlimatnamələri, Biznes Fəaliyyəti və Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik hesabatları, tanınmış yerli və xarici alimlərin kitabları və bu kimi digər vəsaitlər dissertasiya işinin informasiya bazasını təşkil edir.

Tədqiqatın məhdudiyyətləri. Hal-hazırkı şərtlər altında aparılan sorğuların və ya araşdırmaların daha genişmiqyaslı ola bilməməsini və bəzi mənbələrə əlçatanlılığın qeyri-mümkün olmasını tədqiqatın məhdudiyyətləri kimi götürmək olar.

Nəticələrin elmi-praktiki əhəmiyyəti. Dissertasiya işinin nəticələrinin elmi-praktiki əhəmiyyətli ola biləcəyi müxtəlif tədris materiallarını və vəsaitlərini, həmçinin təhsil jurnalları, elmi məqalələri, iqtisadi araşdırmaları və tədqiqatları, elmi konfransları, elmi əsərləri və bu kimi digər praktiki ya da pedaqoji fəaliyyət sahələrini misal göstərmək olar.

Dissertasiya işinin strukturu və həcmi. Magistr dissertasiyasının ümumi məzmunu 1 səhifə xülasə, 1 səhifə ixtisarların siyahısı, 4 səhifə giriş, 56 səhifəlik üç fəsil, 2 səhifə nəticə və təkliflər, 4 səhifə istifadə olunmuş ədəbiyyat siyahısı, 1 səhifə əlavələr, o cümlədən 3 səhifə cədvəllərin və 1 səhifə isə qrafiklərin siyahısı olmaqla cəmi 77 səhifədə ifadə edilmişdir.

I Fəsil BİZNESDƏ İNNOVASIYA PROSESLƏRİNİN NƏZƏRİ- METODOLOJİ ƏSASLARI

1.1. İnnovasiyanın əsas anlayışları və innovasiyanın növləri

1.1.1. İnnovasiya haqqında

Günümüzdə, innovasiya kəskin rəqabət şərtlərində bazarda uğurlu olmaq istəyən müəssisələrin başlıca prioriteti vəziyyətini tutmuşdur. Qlobal dəyişikliklərin iqtisadiyyatlara yaxından təsir etməsi innovasiyanı öncül məqsədə çevirmişdir. Dəyişikliklərin təşkilatın həyat fəaliyyətinin ən qabaqcıl kriteriyalarından biri olduğunu etiraf etmək lazımdır. Yeni əmtəə və xidmətlərin ixtirası, yeni mənbələrin tapılması, yeni proseslərin inkişaf etdirilməsi, təşkilati strukturla əlaqəli bir qrup innovasiyaların reallaşdırılması şirkətlərin üzvləşməyi mövzuların əvvəlində yer tutur (Uzkurt C., Demirci A.E., 2012: s. 3).

XX əsrin başlanğıcında iqtisadiyyat elmində innovasiya (ing. innovation) termini qəbul edilmişdir. Zombart 1909-cu ildə “Kapitalist sahibkarı” adında böyük traktatında innovator kimi sahibkar konsepsiyasını əsaslandırmışdır. Şumpeter isə 1911-ci ildə innovasiya sahibkarlığının yeni konsepsiyasını təklif edir. Şumpeter diqqəti dinamik sahibkarın istehsal amillərinin yeni kombinasiyalarını yaratmasına yönləndirir ki, bunlar da birbaşa sahibkarlıq gəlirlərinin mənbəyi sayılır (Qasimov F.H., Əliyev T.N., Nəcəfov Z.M., 2013: s. 12).

İnnovasiya keçmişdən indiyənə qədər rəqabət mühitini dəyişdirməkdə və rəqabət qabiliyyətinin əsas göstəricilərindən biri olmaqdadır. Bu konsepsiyanın əhəmiyyətini diqqətə alan qurumlar, bazarlarda ön sıraları ələ keçirmək, balans hesablarının gəlirlilik miqdarını qaldırmaq və rəqabət şəraitində tələb edilən hala gəlmək üçün innovasiyanın doğru bir seçim olduğunu və innovasiya tələblərinin yerinə yetirildiyi halda bazarda böyük çətinliklər yarada biləcəklərini iddia edirlər. Bununla da, innovasiyalar sahibkarlıq subyektlərinə sərt bazar vəziyyətlərində istifadə edə biləcəkləri ciddi prioritetlər təklif edir.

İnnovasiyanın başlıca məqsədi şirkətlərin məqsədlərinə tamamilə paraleldir. İnnovasiyanın məqsədi müştərilər üçün yeni bir dəyər yaratmaq və müştərilərin bu

dəyəri qiymətləndirmələrinin nəticəsində mənfəət əldə etməkdir. Bu mənfəət, ya pul şəklində alıcının sadıqlığını təmin etmək, ya da brend kimi bilinməsini gücləndirmək üçün də ortaya çıxır ki, bunlar da son nəticədə firmaların fayda əldə etməsinə köməkçi olar (Özkent B., 2015: s. 19).

İnnovasiyaya tərif versək onu bu cür ifadə edə bilərik: **innovasiya** – istehsal prosesinin, yeni marketing metodunun və ya biznesin aparılmasında təşkilati metodun, iş yerlərinin və ya xarici əlaqələrin təşkilinin yeni, yaxud təkmilləşdirilmiş məhsulunun təcəssümü halında novator fəaliyyətinin məntiqi sonluğudur. Bir sıra iqtisadçılar innovasiyanı fərqli şəkildə təyin edirlər. Məsələn, Higgins: yeni əmtəə və xidmətlərin istehsalı və inkişaf etdirilməsi üçün yeni proses və işləmələrin kəşf edilməsi kimi qəbul edir (Güleş, H.K., Bülbül H., 2004: s. 124). İƏİT (ing. OECD) ilə Avrostat (ing. Eurostat) qurumunun Oslo təlimatnaməsində isə innovasiya – məhsul və xidmətlərin istehsalında təşkilatda tamamilə fərqli bir yeni proses və ya yeni bir marketing üsulunun tətbiq edilməsi kimi verilmişdir.

AB-nin (ing. EU) tərifinə görə isə, **innovasiya** – iqtisadi və sosial mənada yeniliyin uğurlu şəkildə istehsalı, öyrənilməsi və istismarıdır. Bunlardan başqa Cədvəl 1-də, müxtəlif zamanlarda bir qrup görkəmli iqtisad alimlərinin innovasiyanın dəyişkən funksiyalarına yanaşma tərzlərini və təsvir formalarını görmək mümkündür. Cədvəl 1, Əlavələr bölməsində verilmişdir.

İnnovasiyalar haqqında və innovasiyanın əsas anlamları haqqında bəhs edərkən, innovasiya prosesini, innovasiya fəaliyyətini, innovasiya infrastrukturunu və innovasiya biznesini də ətraflı qeyd etməyə ehtiyac vardır.

İnnovasiya prosesi – elmi fikirlərin, ideyaların və ixtiraların strateji axtarışlardan bazarlara uğurlu şəkildə çıxmasına, habelə onların operativ idarəetməyə ötürülməsinə qədər müşayiət edən fəaliyyətlər yığınıdır. Yeniliklərin yaradılması üçün vacib olan təzə elmi fikirlərin əldə edilməsi və qismən də, ümumi qanunauyğunluqların aşkar edilməsinə yönəldilmiş fundamental tədqiqatlardan başlayan yeniliklərin yaranması və qavranılması prosesi innovasiya proseslərinin əsasında durur (Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M., 2009: s. 11).

Ən ümumi şəkildə innovasiya prosesinə yeni ictimai tələbatı təmin edə bilən və

elmi-texniki yeniliyi ilə seçilən texnologiyaların və əmtəələrin yaradılması, geniş şəkildə yayılması və tətbiq edilməsi kimi tərif verirlər. Lakin, axtarış xarakterli ETİ-nin və fundamental tədqiqat işlərinin (FTİ) aparılması zamanı qazanılmış iqtisadi və elmi-texniki biliklərin potensialından istifadə edilmədən yeni texnologiyaların və məhsul növlərinin ortaya çıxarılması praktiki olaraq imkansızdır (Tağıyev A.H., 2012: s. 30).

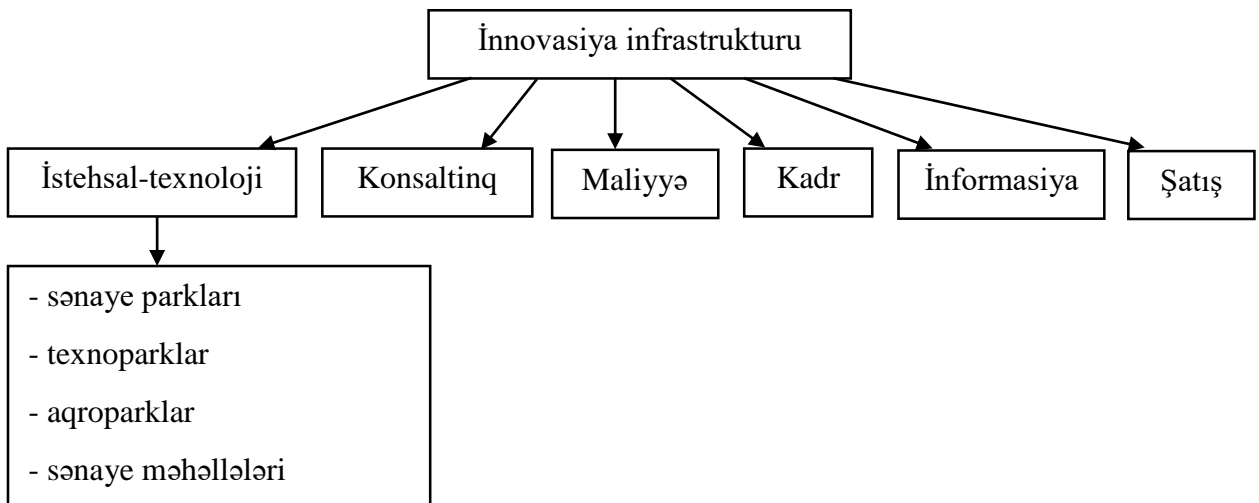
Ümumiyyətlə, müasir innovasiya prosesini onun iştirakçılarının: alimlərin və novatorların, biznes-strukturların, hökumət orqanlarının, innovasiya infrastrukturunun elementlərinin, korporativ və fərdi istehlakçıların strateji qarşılıqlı əlaqəsinin çətin sistemi kimi başa düşmək lazımdır. Bütün innovasiya sisteminin harmonik funksionallaşmasını təmin edə biləcək dözümlü və effektiv əlaqələrin təşkili problemlərinin həlli ayrıca bir müəssisədən ümumi regiona və dövlətə qədər istənilən iqtisadi subyektin stabil inkişafının əsas şərtlərindən biri hesab olunur (Бабкина Е.В., Пазушкин П. Б., 2016: с. 52). Nəcə ki, innovasiya anlayışının çoxsaylı qaydası var, elə də innovasiya fəaliyyətinin izahı birmənalı deyil (Tağıyev A.H., 2016: s. 21).

Innovasiya fəaliyyəti – insan kollektivlərinin təzə ideya yaratmasından, mənimsənilməsindən alınan məhsulun bazara çıxarılmasına və onların reallaşdırılmasınadək yönəldilən, yəni müxtəlif mərhələlərdə yerinə yetirilən qarşılıqlı əlaqəli ardıcıl hadisələrin məcmusudur.

Innovasiya fəaliyyəti qavramı elmi innovasiya və tətbiqi innovasiya fəaliyyətlərini əhatə edir. Elmi innovasiya fəaliyyətinin başlıca xarakteristikası onun qabaqcadan praktiki məsələlərin elmi həllinə istiqamətlənməsidir. Tətbiqi innovasiya fəaliyyəti elmi innovasiya fəaliyyətinin realizə edilməsi ilə əldə edilən təzə elmi biliklərin mövcud olmuş digər qabaqcıl bilik, texnologiya, elmi və sair ilə yekun innovasiya məhsulunda inteqrasiyanın əmələ gəlməsinə yönəldilmişdir. Təcrübədə qarşılıqlı surətdə tətbiqi innovasiya fəaliyyəti əlaqəli kompüterləşdirilmiş informasiya, istehsal-təşkilati, və layihə-texnoloji sistemlərin cəmindən ibarət olan innovasiya infrastrukturundan təşkil olunur (Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M., 2009: s. 18).

İnnovasiya infrastrukturunu – bir-birini tamamlayan, qarşılıqlı əlaqəli sistem və onların innovasiya fəaliyyətini müvafiq olaraq səmərəli həyata keçirməsi və yenilikləri reallaşdırması üçün vacib olan idarəedici və təşkilati alt sistemlərin məcmusundan ibarətdir. İnnovasiya infrastrukturunun əsas xüsusiyyəti innovasiya prosesinin həyata keçirilməsi üçün lazım olan resursların istifadəsinə köməklik göstərməkdir. İnnovasiya infrastrukturunu alt elementlərdən ibarət olan mükəmməl bir sistemdir. Aşağı sistemlərinin bölgüsünə dair innovasiya infrastrukturunun müxtəlif tədqiqatlarda yanaşmaları bir-birindən fərqlənir. Ən geniş yanaşmaya xitabən innovasiya fəaliyyətinin inkişafını dəstəkləmiş müəssisələr çoxluğu 5 növ alt sistemə ayrılır. Q.V.Şepelyevin nəzəriyyəsinə görə isə, təşkilatları aşağıdakı qrafikdəki kimi innovasiya fəaliyyəti subyektlərinə göstərdikləri xidmətlərə görə 6 cür alt sistemə bölmək olur (İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu, 2018: s. 13):

Qrafik 1. İnnovasiya fəaliyyəti subyektlərinə göstərilən xidmətlərə görə təşkilatların alt sistemləri



Mənbə: “İnnovasiya” cib kitabçası, 2018

İstehsal-texnoloji infrastruktur. Tədqiqatın təcrübi və eksperimental bazasını əhatə edir. İstehsal ehtiyatlarına giriş üçün istehsal-texnoloji infrastruktur müəssisələrinə şərait yaradır. Əsasən, buraya həm istehsal sahələrinə girişi təmin edən innovasiya texnologiya mərkəzləri (İTM) və ya texnoparklar (TP), həm də istehsal obyektlərinə girişi təmin edən texnoloji innovasiya kompleksləri aid edilir (İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu, 2018: s. 14).

Konsaltinq infrastrukturu. Adətən konsaltinq təşkilatları infrastruktur müəssisələrinin bu blokuna aid olunur. İnnovasiya prosesinin çoxlu spesifik xüsusiyyətlərə malik olması innovasiya fəaliyyətinin təmin edilməsi üçün bu strukturların taktiki əhəmiyyətli olmasındadır. Yalnız praktik təcrübə ilə məxsusi xarakteristikaların öyrənilməsi əldə edilir. Bir çox hallarda kiçik innovasiya müəssisələri (KİM) qeyri-peşəkar menecerlər tərəfindən yaradıldığı üçün tez ləğv olunurlar. Bu strukturlara məsləhət, standartlaşma və əqli mülkiyyətlə məşğul olan təşkilatlar da daxildir.

Maliyyə infrastrukturu. İnnovasiya fəaliyyətlərinin səmərəli istifadəsi üçün əsas şərtlərdən biri investisiyaların cəlb olunmasıdır. Bu qrup İnnovasiya infrastrukturu müəssisələri üzrə daha canlı müzakirələr getməkdədir. Bu strukturlar həm kiçik, həm də böyük innovasiya müəssisələrinin maliyyə ehtiyatlarına girişini təmin edən quruluşlardır. İnnovasiya infrastrukturu obyektləri ilə elmi qurumlar qarşılıqlı şəkildə fəaliyyət edir, ya da öz strukturlarında innovasiya infrastrukturu obyektlərini yaradırlar (İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu, 2018: s. 15).

Kadr hazırlığı infrastrukturu. Xüsusi ideyalarla və biliklərlə innovasiya fəaliyyətini təmin edir. Bütün istiqamətlər üzrə tarazlaşdırılan və innovasiya imkanlarını şərtləndirən kadr hazırlığını, bu hazırlıq sisteminin inkişafı üçün təmin etmək gərəkdir. Bununla belə, hal-hazırda bəzi kiçik və iri sənaye müəssisələrinin əksəriyyətində bazara elmtutumlu məhsulunu düzgün şəkildə irəlilətməyi bacaran peşəkarların olmamasını başlıca problem kimi qeyd etmək lazımdır. Odur ki, elmi və texniki menecment sahəsində mütəxəssislərin hazırlanması, həmçinin innovasiya sferasında personalın səviyyəsinin artırılması yolunda məsələlər öz aktuallığını saxlamaqdadır.

İnformasiya infrastrukturu. Bu blok innovasiya proseslərinin dəstəklənməsi infrastrukturunu məlumata girişin təşviq edilməsi ilə əlaqəlidir. Dövlətimizdə bu sahədə kiçik biznesi dəstəkləyən strukturlarından tutmuş, regional informasiya şəbəkələrinə, eləcə də elmi-texniki informasiya mərkəzlərinin regional sistemində qədər kifayət dərəcədə şaxələnən təşkilatların şəbəkəsi mövcuddur.

Satış infrastrukturu. İnnovasiya məhsulunun bazarda irəliləməsini istehsalçı

tərəfindən təşkil edir. Məhsulun yeridilməsinin klassik üsulları ilə yanaşı satış vasitələri, sərgidə iştirak və internet mənbələri kimi yeni üsulların tətbiqini də tələb edir (İqtisadi İslahatlar Elmi Tədqiqat İnstitutu, 2018: s. 16).

Innovasiya biznesi – yeni əmtəələrin və xidmətlərin, iş proseslərinin, hücum və müdafiə taktikalarının, metodologiyaların və biznes modellərin pozitiv dəyişikliklərə səbəb olması üçün firmanın atdığı addımlar toplusudur. Bu addımlar ictimai, texniki və iqtisadi proseslər olub, son nəticədə biznesi diriltmək, yeni dəyərlər yaratmaq, habelə məhsuldarlığı və böyümə sürətini artırmaq üçün tətbiq edilir. Biznes innovasiyası prosesinin başlıca xüsusiyyəti təşkilata yeni dəyərlər yaratmaqdır. Belə ki, bu dəyərlər gəlirin qazanılmasının yeni imkanlarının yaradılması və ya mövcud kanallar vasitəsilə gəlirlərin çoxaldılması mənasına gəlir. Biznes modeli innovasiyalarının əsas üç modeli vardır:

Gəlir modeli innovasiyası. Əgər innovasiya biznesində gəlirlərin artırılması əsas hərəkətverici qüvvədirsə, ilk növbədə bir çox təşkilatlar öz gəlir modellərini dəyişə bilirlər. Bu, özündə təklif olunan əmtəə və xidmətlərin qiymətləndirilməsini və ya kompaniyanın qiymət strategiyasına başqa tərəfdən baxışı ehtiva edir.

Müəssisə modeli innovasiyası. Bu model şirkətdən mənfəətin çoxaldılması üçün hansı hərəkətlərin yaxşılaşdırılmasını müəyyənləşdirməyi tələb edir. Bu halda innovasiyalar yeni tərəfdaşlıq münasibətlərinin formalaşdırılmasına, konkret tapşırıqların kənar mənbələrdən alınmasına və ya yeni texnologiyaların yürüdülməsinə aid ola bilər.

Sənaye modeli innovasiyası. Sənaye modelini ən radikal biznes modeli innovasiyası adlandırmaq olar. İddialı firmalar innovasiya məqsədləri üçün fəaliyyət sahələrinin tamamilə dəyişilməsini seçə bilirlər, hətta özləri üçün başdan-ayağa yeni sənaye yarada bilirlər. Misal kimi, əgər kompaniyalar Virgin şirkətinin təyyarələrdən genişxətli şəbəkələrə keçməsi nümunəsini izləsələr, yeni həyati arenda razılaşması qazana bilirlər (<https://www.raconteur.net/business-innovation/business-innovation-guide> - 2018).

1.1.2. İnnovasiya növləri

İnnovasiya növləri həm texnoloji mənada dəyişərək yenilənmiş məhsul və proseslərin yaranmasının mərhələlərinin, həm də məhsul və proseslərin hədəf bazarına istənilən şəkildə və dərəcədə çatmasının təmin edilməsinin ən bariz göstəriciləridirlər. Ötən əsrin ortalarından başlayaraq innovasiya istiqamətində tədqiqatlar və araşdırmalar sürətlənmişdir. Elə bu dövrdən etibarən innovasiya növləri də paralel şəkildə ortaya çıxmağa başlamışdır.

Yenilikləri cürbəcür yollarla təsnifləndirmək mümkündür. Elə buna görə də, indiyənə qədər bu növlərin qruplaşdırılmasında müxtəlif tipli yanaşmalar işıq üzünə çıxmışdır. Bununla belə, alimlər tərəfindən ortaya atılan innovasiyanın sinifləndirilməsinin ortaq cəhətləri adətən: məzmununa görə, tərkibindəki müxtəlifliyin ölçüsünə görə və innovasiyanı reallaşdıranlara görə olmuşdur. Bir çox mənbələrdə də ümumi qəbul edilən növlər təsdiq edilmişdir.

AB və İƏİT ölkələri tərəfindən təyinedici kimi qəbul edilən Oslo bələdçisində innovasiya növləri əvvəlki illərdə “texnoloji məhsul və proses innovasiyaları” və “təşkilati innovasiyalar” olmaqla iki ayrı kateqoriyaya bölünürdü. 2005-ci ildəki bələdçidə isə 4 fərqli başlıqda: “məhsul innovasiyaları”, “proses innovasiyaları”, “marketinq innovasiyaları” və “təşkilati innovasiyalar” kimi sinifləndirmə aparılmışdır. Sahibkarın innovasiya fəaliyyətinin düzgün təşkil edilməsi üçün də məhz bu innovasiya növlərinin ətraflı öyrənilməsinə və tətbiqinə ehtiyac vardır.

Məhsul innovasiyası – yeni ya da yaxşılaşdırılmış məhsuldur (xidmətdir). Buraya, texniki xüsusiyyətlərin, komponentlərin, materialların, proqram təminatının və ya digər funksional xüsusiyyətlərin təkmilləşdirilməsi daxil edilir.

Məhsul innovasiyasında tamamilə yeni bilik və texnologiyaların işlənilməsi məcburiyyəti yoxdur. Burada, mövcud bilik və texnologiyaların çevrilməsi və dəyişdirilməsi ilə də yeniliyin əldə olunması mümkündür. Məhsul innovasiyaları doğru yerinə yetirildiyi təqdirdə və müştərilər tərəfindən də böyük diqqət görməsi halında müsbət nəticələrə gətirib çıxarır. Ancaq, yeni bir məhsulun mükəmməlləşdirilməsinin xoşagəlməz tərəflərindən biri də biznesin bir çox risklərə

sinə gərməli olduğu mənasına gəlir. Hal-hazırda bazarlarda fərqli çeşidlərdə çoxlu məhsullar vardır.

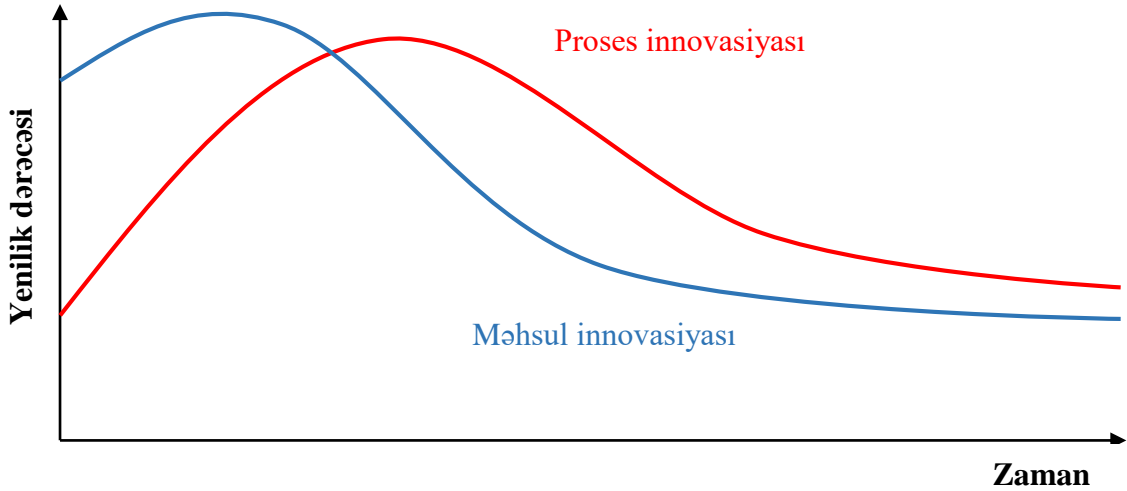
Məhsul innovasiyalarının riskli və çox bahalı olmasına baxmayaraq, onlar bəzən aşağı müvəffəqiyyət dərəcələri ilə də üzləşirlər. Məhsul innovasiyalarının uğurla nəticələnməsi üçün edilən araşdırmaların və inkişaf tədbirlərinin olduqca önəmli yer tutmasına baxmayaraq, bu mərhələdəki fikirlərin yalnız 14%-inin əmtəə yetişdirmə müddətində zəfərə çatması müşahidə edilməkdədir. Zəmanəmizin çevik iş dünyasında, həyatda qala bilən firmaların arxasındakı ən kritik ünsürün “həqiqi yeni məhsullar” olduğu danılmaz bir faktdır.

Proses innovasiyası – yeni və təkmilləşdirilmiş istehsal və ya təchizat metodudur. Bura avadanlıq və ya proqram təminatı metodlarında dəyişiklik də daxildir. Adətən, məhsul və proses innovasiyalarını ümumiləşdirilmiş və birləşdirilmiş halda texnoloji innovasiya şəklində adlandırırlar. Bundan savayı, proses innovasiyaları xərclərin azaldılması ilə də maraqlanırlar. Bunun ən gözəl nümunələrindən biri Pegasus aviaşirkətinin biletlərinə tətbiq etdiyi qiymət siyasətidir. Çünki, bu proseslərdə həyata keçiriləcək xərclərin azaldılması strategiyası istehlakçılar tərəfindən qiymətlərə təsir etdiyindən bir növ sürətləndirmə qazanılmasına təkan verəcəkdir.

Proses innovasiyalarında həm fərqli, həm yeni bir istehsal, həm də paylanma üsullarının irəlilədilməsi qarşıda dayanan prioritet hədəflərdəndir. Bununla yanaşı, mövcud metodların daha səmərəli hala gətirilməsi də müzakirə mövzularındandır.

İnnovasiyaların müəyyən edilməsinə istinad edərək qeyd etmək olar ki, məhsul innovasiyaları bilavasitə nəticələrin əldə edilməsinə əsaslanır. Öz növbəsində, texnoloji innovasiyaların ikinci növü olan proses innovasiyaları isə davamlı olaraq nəticələrin əldə edilməsi yollarına istiqamətlənməkdə davam edir. Məhsul və proses innovasiyaları arasındakı innovasiyanın yenilik dərəcəsini və onlar arasındakı dinamik əlaqəni göstərən, bu baxımdan da ədəbiyyatlarda tez-tez istifadə olunan Abernathy və Utterback tərəfindən qurulmuş AU modeli aşağıdakı qrafikdə göstərilmişdir:

Qrafik 2. Uzunmüddətli dövrdə məhsul və proses innovasiyaları arasında əlaqə



Mənbə: M.Murat Gürel, İstanbul Büyükşehir Belediyesi Şirketlerinde İnovasyon Algısı Üzerine Bir Araştırma, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi, 2010, ss. 16

Marketinq innovasiyası – məhsulun dizaynından tanıtılmasına, qiymət qoyulmasına, qablaşdırılmasına və yerləşdirilməsinə qədər bir qrup faktorlarla qarşılıqlı təsirdədir. Həmçinin, yeni satış metodlarının, əmtəə və ya xidmətlərin təqdimatından istifadə olunması, onların satış bazarlarına çıxarılması və irəlilədilməsi və nəhayət yeni qiymət strategiyalarının formalaşdırılmasıdır. Bu innovasiyalar satışların artırılması üçün alıcıların gözləntilərinə cavab verməyə çalışır. Marketinq innovasiyalarında əmtəə və xidmətlərin istifadə xüsusiyyətləri dəyişdirilmir. Yəni, məhsulun dizaynı, görünüşü və istehlakçıları cəlb etməsi ilə bağlı işlər görülür.

Marketinq innovasiyasında 3 hissədən bəhs edilir: kəşf etmə, inkişaf və paylaşma. İlk mərhələdə vacib olan, hədəf kütlənin problemlərinin doğru şəkildə üstünü açmaqdır. Bu yolla seçilmiş kütləyə nələrin uyğun ola bilməsi araşdırılır. İkinci addımda problemlər qarşısında faydalı və işə yarayan həllər tapılır. Üçüncü fazada isə paylaşma fəaliyyətinin bir proses olmasını və davamlı getməsini nəzərə alaraq, bu ardıcılığın təmin olunmasına yönəlmiş işlər yerinə yetirilir.

Marketinq innovasiyaları xarici görünüş üçün müəyyən edici rol oynayaraq, məhsul növünün və məhsulun qablaşdırılmasının, dizaynının, formasının və xarici görünüşünün dəyişməsi mənasına gəlir. Belə innovasiyalar, istehlakçıların

tələbatlarının daha dolğun şəkildə qarşılmasına, yeni satış bazarlarına çıxışın mümkünlüyünə və satışın həcmnin artırılması üçün istehlakçıların sayının çoxaldılmasına məqsədlənmişdir.

Rəqabət tərəfdən böyük əhəmiyyət kəsb edən imic bu innovasiya növü üçün əvəzsiz yer tutur. Bu yeni bazarlara çıxış qazanmaq və bazar payını artırmaq üçün çox vacibdir. Bu günün son dərəcə kəskin rəqabət şərtlərində, təkcə öz şirkətlərini yeniləmək deyil, həmçinin rəqiblərini çox yaxından izləyib onlar haqqında məlumat sahibi olmaq da, getdikcə böyük əhəmiyyət kəsb etməkdədir. Firmalar gələcəyə yönlənərkən, rəhbərlərin, həm də dəyişikliklərlə ayaqlaşan və dəyişikliyə öncülük edən firmaların aldıkları qərarları almaq cəsarətinə malik olmalıdırlar. Əks təqdirdə isə müəssisələr bunun ağır nəticələrinə qatlanacaqlar.

Təşkilati innovasiya – müəssisənin təşkilati quruluşundakı innovativ tətbiqetmələrin, biznesin aparılmasında yeni vasitələrin reallaşdırılması, sahibkarlıq təcrübəsində yeni iş yerlərinin və ya xarici əlaqələrin təşkili üsullarıdır. O cümlədən, biliklərin idarə edilməsinin korporativ sisteminin yeridilməsini, işçilərin kvalifikasiyasının yüksəldilməsinə yönləndirilmiş hazırlanma sistemlərini, istehsalın idarə edilməsi sistemlərinin daxil edilməsini, təchizata nəzarəti, keyfiyyətin yoxlanılmasını və sairəni özündə cəmləşdirir.

Təşkilati innovasiya maddi resursların və insan resurslarının ən uyğun şəkildə bir yerə yığılmasını təmin edə biləcək yeni yaxud fərqli konfigurasiyaları izah edir. Mütləq halda strateji qərarlara və dolayısı yolla da yuxarı rəhbərliyə söykənsə də, eyni zamanda əlaqəli olan bütün maraqlı tərəflərin səyi və dəstəyi nəticəsində idarəetmə anlayışını tələb edir.

Qeyd edilən innovasiyalar inzibati və əməliyyat xərclərinin azaldılması, iş yerlərində təşkilatın işçilərinin məmnunluğunun yüksəldilməsi və bununla da, əməkqabiliyyətliliyin artırılması, bazarda məhdud olan aktivlərə keçidin qazanılması və ya təchizatın dəyərinin azaldılması yolu ilə müəssisənin fəaliyyətinin effektivliyinin artırılması məqsədini daşıyır.

Təşkilati innovasiyalarda əsas prioritetlərdən biri dəftərxana ləvazimatlarının xərclərini minimuma endirmək və daxili müştəri məmnuniyyətini yüksəltməkdir.

Bunun sayəsində, həm işçilərin işgörmə qabiliyyətləri, həm də idarəetmə performansını artırılacaqdır.

Bu növ innovasiyalarda xarici əlaqələr firmaların digər kontragentlərlə qarşılıqlı əlaqəsini nəzərdə tutur. Bu isə o mənaya gəlir ki, məhz bu sferada innovasiyalar sifarişçilərlə və elmi qurumlarla müştərək münasibətlərin yeni formalarını, təchizatçılarla inteqrasiyanın yeni növlərini, istehsal sahəsində outsorsinq və subkontakt münasibətlərini, kadr və köməkçi sualların təmin edilməsini, paylanmasını və həllini xarakterizə edir.

1.2. İnnovasiya sahibkarlığı innovasiya prosesinin aparıcı istiqaməti kimi

1.2.1. Kiçik və orta sahibkarlığın innovasiya iqtisadiyyatında rolu

Son illərdə elm və texnikanın güclü inkişafı, eləcə də cəmiyyətin bu yeniliklərə durmadan artmaqda olan tələbatı ilə əlaqədar olaraq, innovasiya getdikcə daha çox sahibkarlıq fəaliyyətinin ayrılmaz hissəsinə çevrilməkdədir. Sahibkarlıq öz mahiyyətini, demək olar ki, tam mənası ilə yeniliklərin meydana çıxmasında tapır.

Bazar iqtisadiyyatında innovasiya sahibkarlığı sahəsində ölkənin iqtisadi inkişaf potensialı, innovasiyaları işləyib hazırlayanların yaradıcılıq fəaliyyətinin kommersiyalaşdırılması sayılır. İnnovasiya sahibkarlığı mənfəət almaq məqsədilə yeni texnologiyaların, texnikanın, əmtəə və xidmətlərin işləyib hazırlanması və istehsalat tətbiqi üzrə fəaliyyətdir.

Yeniliklərdən geniş miqyasda istifadənin əhəmiyyəti ilə eyni vaxtda iqtisadiyyatın inkişaf səviyyəsinin yüksəldilməsi də artır. Bu baxımdan da, iqtisadi ədəbiyyatlarda iki əsas sahibkarlıq formasını fərqləndirlər:

- 1) innovasiya sahibkarlığı
- 2) xalis bazar sahibkarlığı (Niftullayev V.M., 2002: s. 91)

İnnovasiya sahibkarlığının inkişafının zəruriliyi aşağıdakı amillərlə şərtlənir:

- elmi-texniki istehsal prosesinin spesifik xüsusiyyəti ilə. Bu özünü əsasən nəticələrin qeyri-müəyyənliyində, tədqiqatların çoxvariantlılığında, riskin mövcudluğunda və mənfə nəticələrin alınmasının mümkünlüyündə göstərir

- yeni texnikanın yaradılması, mənimsənilməsi müddətlərinin əhəmiyyətli dərəcədə azaldılması, həm istehsalın texniki səviyyəsinin yüksəldilməsi zəruriliyi ilə, həm də ixtiraçıların və səmərələşdiricilərin kütləvi yaradıcılığının inkişafı əhəmiyyətliyi
- istehsalın inkişafının intensiv amillərinin güclənməsi ilə. Bu, iqtisadi fəaliyyətin bütün sferalarında ETT-nin tətbiq olunmasına imkan verir
- yeni texnikanın işlənməsinin və tətbiqinin səmərəliliyinin yüksəldilməsində elmin müəyyənədiçi rolu
- yeni məhsulların mənimsənilməsi zamanı müəssisənin və xərclərin artması
- texnika və texnologiyaların mənəvi cəhətdən sürətli aşınması
- yeni texnika və texnologiyaların cəld tətbiqinin obyektivliyi

Kiçik və orta sahibkarlığın daim inkişafı iqtisadiyyatın dinamik inkişafının təmin edilməsinə və onun davamlı xarakter daşmasına dəlalət edir. Sahibkarlığın bu miqyasda inkişafı bir tərəfdən məşğulluğun səviyyəsini artırır və yeni iş yerlərini yaradır, o biri tərəfdən də əhalinin gəlirlərinin artmasına təsir göstərir. Məşğulluq strategiyasının həyata keçirilməsinin əsas tərkib hissələrindən biri, onun təkmilləşdirilməsidir. Real sektorun rolu iqtisadi inkişafın təmin edilməsində əsas amillərdən hesab edilir. Öz növbəsində real sektorun inkişafı isə, əmək bazarının formalaşmasını, nəticədə isə daha mobil xarakter daşıyan orta və kiçik sahibkarlığın yeni prinsiplərin əsasında genişlənməsini nəzərdə tutur (Musayev A., 2014: s. 134).

Ölkələrin innovasiya iqtisadiyyatına keçidinin müasir şərtlərində iri təsərrüfat subyektləri tərəfindən yerinə yetirilə bilməyən və ya kifayət etməyəcək qədər həyata keçirilən bir sıra əhəmiyyətli funksiyalar kiçik və orta biznesə həvalə olunur. Çox vaxt kiçik və orta müəssisələr (KOM):

- istehsalın mobilliyini, həmçinin dərin ixtisaslaşmasını və şaxələnməmiş kooperasiyasını təmin edirlər
- istehlakçı əmtəələrinə, işlərinə və xidmətlərinə əlavə tələb formalaşdırırlar, o cümlədən, əhalinin əlavə gəlirlərini əmələ gətirirlər

- kiçik konyuktur dəyişikliklərinə daha asan öyrəşirlər və innovasiya layihələrinin və ya yüksək texnologiyalı layihələrinin emalı və reallaşdırılması prosesini nisbətən operativ şəkildə təşkil edirlər
- bazar rəqabəti atmosferini dəstəkləyirlər
- bazar iştirakçılarının müxtəlifliyini yaradırlar
- əsasən qlobal miqyasda milli iqtisadiyyatın rəqabətqabiliyyətliliyinin böyüməsinə gətirib çıxaran innovasiya fəaliyyətinə meyllidirlər
- ölkədə sosial, siyasi və iqtisadi stabilliyə səbəb olan cəmiyyətin orta təbəqəsinin yaradılmasına yardımçı olurlar (Алексеев А. Н., 2013)

Qeyd etmək lazımdır ki, elmi-təcrübi yanaşma nöqtəyi nəzərdən biznes və sahibkarlıq anlayışları bənzərdirlər. İqtisadi ədəbiyyatlarda və praktikada kiçik sahibkarlıq kəmiyyət göstəriciləri əsasında müəyyən edilir. Hansı ki, bu göstəricilər “kiçik sahibkarlıq”, “kiçik biznes” və ya “kiçik və orta müəssisələr” anlayışlarının dəqiqliklə fərqləndirilməsinə gətirib çıxarmır.

Ölkədə iqtisadi sistemin effektiv funksionallaşması buradakı iri, orta və kiçik sahibkarlığın optimal formada uyuşmasından asılıdır. Dövlətin iqtisadi və texniki gücünü xalq təsərrüfatının stabilləşməsinə və kapitaltutumlu layihələrin tərəqqisinə gətirib çıxaran iri müəssisələr müəyyənləşdirir. Öz növbəsində, orta müəssisələr bazarın daxili konyukturundan asılıdırlar. Onlar bir qayda olaraq, milli maraqlarla sıx əlaqəlidirlər və yerli bazarlarda fəaliyyət göstərirlər. Kiçik müəssisələr isə ölkə iqtisadiyyatına mobillik qatırlar və cəld struktur və ya texnoloji yerdəyişmə qabiliyyətinə sahibdirlər. Onlar nə genişmiqyaslı istehsal proqramı ilə əlaqəlidirlər, nə çoxsaylı işçilərlə zəngindirilər, nə də dividendlər gözləyən aksionerlər qarşısında maliyyə öhdəliklərinə malikdirlər. Yeni və xeyir gətirən bazar boşluğu tapdıqda kiçik müəssisələrə özlərinin bazar strategiyalarını yenidən qurmaq və məhsullarına qiyməti manipulyasiya etmək asan başa gəlir. Qeyd etmək gərəkdir ki, kiçik və orta sahibkarlığın (KOS) sinergetik mexanizmləri yüksək riskli idarəetmələr istisna olmaqla, praktiki halda istənilən sahələrdə ortaya çıxma bilər (Филатов В. В., Алексеев А. Н., 2011).

Kiçik və orta sahibkarlıqda mülkiyyətin fərdi forması ən effektivdir. Burada

şəriksiz şirkətləri, tərəfdaşlıqları və korporasiyaları ayrıca qeyd etmək lazımdır. Şəriksiz mülkiyyətdə yer alan firma kiçik biznes üçün daha sadə formadır. Belə ki, öz maraqlarının reallaşdırılması üçün əlverişli mühiti yaradır, həm də öz işinin nəticələrinin şəxsi istifadəsinə və təşkilatın fəaliyyətinə haqq verir. Belə müəssisələrin açılması üçün yerli orqanlardan lisenziya alınması və ticarət adının qeydiyyatı kifayət edir. Tərəfdaşlıqlar özündə firma haqqında ümumi idarəetmə müqaviləsinə əsaslanan, iki və daha çox üzvlərdən ibarət olan təşkilatları birləşdirir. Tərəfdaşlıqlar tam və ya məhdud ola bilər. **Korporasiya** - əsasən iri və orta biznes üçün xarakterik olan təşkilati formadır. Formal olaraq, korporasiyanın idarə edilməsi, onun səhmdarlarından ayrılmalıdır. Lakin, elə hallar mövcuddur ki, bu hallarda verilmiş funksiyaları, sahibkar onun əvəzinə təyin olunan, korporasiyaya sərmayə qoymayan və onun idarəetməsində iştirak etməyən şəxslərin köməyi ilə yerinə yetirir.

Kiçik müəssisələr bir çox səbəblərə görə, həm yarana, həm də dağıla bilərlər. Kiçik və orta müəssisələr arasında iflasa uğrayan firmaların müəyyən müddət çoxluq təşkil etməsi hər şeydən öncə onların sahibkarlıq fəaliyyətlərində olan risklərinin məxsusiliyi ilə bağlıdır. Fəaliyyətinə çoxdan başlayan firmalardan fərqli olaraq, təzəlikcə start götürən müəssisənin xərcləri daha yuxarı olur. Ona görə də, cavan müəssisənin məhsulu həmişə daha yüksək maya dəyərinə malik olur. Kiçik və orta müəssisələrin müflisləşməsinin ilkin səbəbi təcrübənin yoxluğu ilə izah olunur. Belə ki, yenidən yaranan şirkətlərin sayı durmadan artır.

Yuxarıda da qeyd edilənlərdən aydın olur ki, müasir mərhələdə milli iqtisadiyyatın innovativ inkişafı üçün bu sahibkarlıq sektorunun vacibliyini şərtləndirən kiçik və orta sahibkarlığın inkişafı əksər hallarda ölkənin iqtisadi böyüməsini, onun əhalisinin məşğulluğunun vəziyyətini, ümumi milli məhsulun (ÜMM) keyfiyyətini və quruluşunu müəyyən edir.

1.2.2. İnnovativ sahibkarlıq formaları

İnnovasiya biznesi yeniliklərin daim axtarılmasını qarşıda qoyur: yeni ideyalar, məhsullar, xidmətlər, həmçinin, yeniliklərin yaradılması və tətbiqini həyata keçirəcək təşkilati formalar. Belə ki, yeniliklər üçün yeni təşkilati formalar, məhsul istehsalı üçün isə yeni texnologiyaya və təşkilati quruluşa malik müəssisələr lazımdır.

İnnovasiya prosesi daxili ziddiyyətlidir və gözlənilməzdir. Belə ziddiyyətlər və gözlənilməzlik gündən günə artır. Ziddiyyətlilik bir daha ondan ibarətdir ki, elmi-tədqiqat işlərinin aparılması üçün böyük həcmdə maliyyə resursları tələb olunur (yeni keyfiyyətli material və ya maşın yaratmaq üçün təcrübələrin aparılması, xüsusi avadanlığın alınması və s.). Digər tərəfdən, biznes innovasiyasını inkişaf etdirmək üçün kadrların hazırlanması və innovasiya-kommersiya biznesi sistemi üçün kiçik müəssisələrin yaradılmasında yeni təşkilati-hüquqi mexanizmlərə ehtiyac duyulur.

Biznes innovasiyası üçün müəyyən mühitin olması çox vacibdir. Belə ki, o, yeniliklərin və ya yeni düşüncələrin reallığa çevrilməsi üçün müvafiq təşkilat formalarının törəməsinə hərəkət verə bilər. Belə mühitin elementləri aşağıdakılar ola bilər: azad güclərə malik olan əmtəənin istehsalçıları, sərbəst fəaliyyət resurslarına malik olan investorların olması. Bunların hamısı innovasiyanın tətbiqi və axtarılması üçün zəruri şərtlərdəndir (Abbasov A.B., 2005: s. 94).

Radikal yeni ideyalara ya da təzə ixtiralara əsasən təşkilatları (şirkətləri) artıq fəaliyyət göstərən və mövcud məhsulların təkmilləşdirilməsi ilə məşğul olan firmalara bölmək lazımdır. Bu tip firmalardan hər ikisinin mövcudluğu zəruri hal daşıyır. Nəcmlərinin lazım olan novator fəaliyyəti üçün müxtəlif olmasına baxmayaraq, onları stimullaşdırmağa ehtiyac hiss olunur.

Kiçik firmalara innovasiya biznesinin təşkilati strukturları içərisində xüsusi rol ayrılımışdır. Kiçik kollektivlər həddindən artıq çevik hərəkət edirlər. Yeni ideyaları işləyib yaymaq və onları hiss etmək üçün səfərbərdirlər. Biznes innovasiyasını həyata keçirən təşkilati-hüquqi formalar hərəkət strategiyasından, müəssisələrin bazara çıxması imkanlarından və fəaliyyət növlərindən asılı olaraq çox müxtəlif ola bilərlər:

- 1) Vençur firmalar
- 2) Eksplerent firmalar
- 3) Patient firmalar
- 4) Kommutant firmalar
- 5) Violent firmalar
- 6) Biznes inkubatorlar (Abbasov A.B., 2005: s. 95)

Vençur firmaları (ing. venture) – vençur kapitalından istifadə əsasında istehsal prosesinə yeni innovativ texnologiyaların tətbiqi, yeni məhsul növlərinin yaradılması və öyrənilməsi üzrə ixtisaslaşan elmi-texniki kommertiya qurumlarıdır. Müasir iqtisadiyyatda riskli firmalar innovasiya texnologiyalarının və işləmələrinin əsas mənbəyi hesab olunur. Onlar elmlə istehsalın arasındakı boş qalan yeri tuturlar və insanların gündəlik həyatlarına son elmi işləmələrin yürüdülməsini təmin edirlər. Vençur firmaları nanotexnologiyaların, biotexnologiyaların və tibbi xidmət sferasının işləmələrində daha böyük rol oynayır.

Vençur firmaları üçün yeniliklərin kəşfi, çox ümidverici lakin riskli layihələrin reallaşdırılması, avadanlıqların cəld təzələnməsi, sürətləndirilmiş amortizasiya və buraxılan məhsulların nəsilələrinin mütəmadi dəyişməsi xarakterikdir. Vençur firmaları alıcıların tələblərini ödəyən texniki və ya texnoloji yeniliklərin tətbiq edilməsi və orijinal məmulatların kəşf edilməsi hesabına rəqabətli mübarizədə müvəffəqiyyət əldə edirlər. Bu firmalar elmi və ya texniki ideyanın seçilməsi, emal edilməsi və aprobeiasiyası ilə məşğul olaraq, onların sənaye istehsalı fazasına ardıcıl ötürülməsi üçün nümunələri və modelləri yaratmaqla məhsulun inkişafının başlanğıc mərhələsinə xidmət edir.

Hər şeydən əvvəl, vençur istehsalının təsisçiləri rolunda məqsədyönlü və cavan kadrlar qrupu, o cümlədən kiçik və orta biznes müəssisələri çıxış edir. Bir qayda olaraq, vençur firmalarında elə də böyük olmayan sayda işçilər (500, bəzi hallarda 100 nəfər) məşğul olur. Onların arasında böyük payı elmi-tədqiqat və təcrübi-konstruktor işlərinə (ETTKİ) cəlb olunan işçilər, yüksək dərəcəli mütəxəssislər, alimlər və mühəndislər tutur. Belə müəssisələrin son məhsulu bazarda rəqiblərini

analoqu olmayan yeni və ya təkmilləşdirilmiş məhsulların və yeniliklərin hesabına çox asanlıqla üstələyir.

Vençur firmalarının maliyyələşdirilməsinin başlıca stimulu investorun həm layihənin və ideyanın reallaşdırılmasından mənfəət payını alması, həm də sahibkarlıq gəlirini əldə etməsidir. Vençur firmasının kapitalının ilkin mənbəyinin formalaşmasına təsisçilərin şəxsi yığılımı və kreditlər xidmət edir. Kiçik biznesin digər firmaları ilə yanaşı vençur firmalarına da vergi imtiyazları və başqa dövlət dəstəyi formaları təklif olunur. Hərdən onlar birbaşa dövlət büdcəsindən maliyyələşirlər. Bu halda əlavə maliyyə resurslarının axını vençur firmalarına fəaliyyətlərini fasiləsiz şəkildə davam etməyə kömək edir.

İqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində vençur firmalarının rolu eyni deyildir. Bəzən bu firmalar, yeni əmtələrin və texnologiyaların buraxılışını tənzimləyərək onu iri korporasiyalara kütləvi istehsal üçün ötürürlər. Bu vəziyyətdə firmalar gələn layihələrin yalnız kiçik bir hissəsini həyata keçirə bilirlər. Yerinə yetirilməli olan layihələrin 30-40 faizinin zərərlə yekunlaşması nəticəsində firmaların əhəmiyyətli hissəsi iflasa uğrayır. Adətən, məhz bu əmtəə və xidmətlərin üzərində işin bitməsi ilə firma da özünün fəaliyyətinin dayandırır.

Eksplərent firmalar. Əsl innovativ tipli sahibkarlıq formalarına eksplərent firmalar aiddir. Eksplərent firmalar ixtiraçılıq fəallığının maksimum mənfəət əldə edilməsi tsiklində iştirak edir və yeni məhsulun ilk dəstini istehsal edirlər. Bu cür müəssisələr əsas etibarilə elmi və konstruktör xidmətləri həyata keçirirlər.

Eksplərent firmalar “pioner” firmalar adını almışlar. Bu növ firmalar ixtiraçılıq fəallığının maksimum mənfəət əldə etmə tsiklində iştirak edir və yeni məhsulun ilk dəstini istehsal edirlər. Eksplərent firmalar, vençur firmalar kimi, ölçülərinə görə çox böyük deyillər. Eksplərent firmalar texnoloji fəal sahələrdə, xüsusilə elektronika, kimya sənayesində, əczaçılıq istehsalı sahələrində yaradılır və fəaliyyət göstərirlər.

Patient firmalar adətən, bazarın məhdud segmentində fəaliyyət göstərirlər, modaların, reklamların və digər vasitələrin təsiri ilə tələbləri ödəyirlər. Onlar məhsul buraxılışının artımı mərhələlərində və eyni zamanda ixtiraçılıq fəallığının azalması mərhələsində fəaliyyət göstərirlər.

Patient firmalar yalnız xüsusi istehlakçı qruplar üçün fəaliyyət göstərirlər və onların xüsusi zövqünə uyğun məhsul istehsal edirlər. Belə məhsullar eksklüziv xarakter daşıyırlar və yalnız varlı adamlara aid ola bilərlər. Patient firmalar öz mövqelərini saxlamaq üçün ya xüsusi texnoloji təcrübəyə, ya da xüsusi satış kanallarına malik olmalıdırlar. Onların istehsal etdiyi məhsul müəyyən imic və prestij daşıyıcısı olmalıdır.

Kommutant firmalar məhsul buraxılışı tsiklinin ən mərhələsində fəaliyyət göstərirlər. Onların elmi-texniki siyasəti məhsul istehsalının vaxtında başlanmasını, məmulatın texnoloji xüsusiyyətlərinin dərəcəsi haqqında qərarların qəbul edilməsini tələb edir. Kommutant firmalar yerli və milli tələblərin təmin olunmasına yönəlir. İnnovasiyanı məhsulun istehsalına verilməsindən buraxılan məhsulun texnologiyasında dəyişikliklərə qədər olan istehsal tsiklinin müxtəlif mərhələlərində konkret yerli şəraitə uyğunlaşdırır.

Kommutant firmalar yenilikləri imitasiya edən məhsullar buraxırlar və daim təzələnen istehlakçı tələbini nəzərə alaraq ona yeni məhsullar təklif edirlər. Lakin bu məhsullar həm keyfiyyət, həm uzunömürlülük, həm də davamlılıq xüsusiyyətlərinə görə çox aşağı səviyyədə olurlar.

Kommutant firmaların innovasiya prosesindəki rolu iki istiqamətdə özünü göstərir. Bir yandan onlar innovasiyanın yayılmasını təmin edirlər, digər tərəfdən isə innovasiya prosesi daha da dəqiqləşdirilir, yəni onlar xırda proseslərə bölünüb bütün yarımproslərin təkmilləşdirilməsi ilə başa çatır.

Violent firmalar güc strategiyasına malik olan firmalardır. Bu firmalar həm iri kapitalla, həm də yüksək səviyyəli mənimsənilmə texnologiyasına malikdirlər. Onlar geniş istehlakçılar dairəsi üçün iri seriyalı və kütləvi məhsul istehsalı ilə məşğul olurlar və maksimum mənfəət əldə etməyə çalışırlar. Odur ki, violent firmalar istehsalın genişləndirilməsi, maşın parkının və ya avadanlığın dəyişməsi üçün innovasiyaya investisiya qoymağa çalışırlar.

Orta ölçülü violent firmalar dəqiq istehsal profiline malik olurlar və digər sahələrə meyilli olurlar. Başqa sözlə desək, öz fəaliyyət proqramlarında diversifikasiya strategiyasından istifadə etmirlər.

Violent firmaların daha da genişlənməsi onların irimiqyaslı müəssisələrə çevrilməsi ilə başa çatır. Belə kompaniyalar əvvəllərdə onlara xas olan dinamizmi itirərək daha stabil mövqelərdə dururlar. Belə kompaniyalar on illərlə davamlı fəaliyyət göstərə bilərlər. Onların müvəffəqiyyəti 3 amildən asılı olur:

- 1) kompaniyanın böyük ölçüləri
- 2) diversifikasiya strategiyasına qoşulması
- 3) beynəlxalq səviyyədə külli miqdarda filiallarının olması

Biznes inkubatorlar fiziki ərazi, kapital, təlim, ümumi servislər və şəbəkə əlaqələrinin daxil olduğu biznesin dəstəklənməsi resursları və xidmətləri yığımının köməyi ilə sahibkarlıq subyektlərinin inkişafının və müvəffəqiyyətliliyinin tezləşdirilməsi üçün qurulan, yaranma və təşəkkül tapma mərhələsində olan yeni innovasiya firmalarına müxtəlif növ xidmətlər göstərən çox funksiyalı kompleks firmalardır. Başqa sözlə, şirkətlərin sərbəst funksionallaşması, yeni innovasiya müəssisələrinin formalaşması, informasiya, məsləhət xidmətləri və avadanlığın icarəyə verilməsi, həm də digər xidmətlər göstərmək üçün kifayət qədər maliyyə, insan resursları və fiziki resursları əldə edəne qədər onların inkişaf prosesinin erkən mərhələlərinə yönələn biznes fəaliyyəti ilə məşğul olurlar.

Biznes inkubatorlar iki halda mövcud ola bilirlər: ya müstəqil təşkilatlar kimi çıxış edirlər, ya da texnoparkların nüvəsində fəaliyyət göstərilir. Birinci halda onlar bir qayda olaraq, qeyri-texnoloji sahibkarlığa və adi texnoloji firmalarına dəstək verirlər. İkinci halda isə, texnoparkın tərkibində olan inkubatorlar yüksək texnologiyalar sahəsində işlərə, yeni başlayan kiçik innovasiya müəssisələrinə dəstəyə və nəhayət elmi-texniki sferada kiçik innovasiya sahibkarlığına yönəldirlər.

“Biznes inkubator” termini ümumi halda kommersiya sferasına aid olsa da, bir çox inkubatorlar bəlli bir sənayedə və ya fərqli biznes növlərində ixtisaslaşırlar və oxşar müəssisələri bir araya gətirmək üçün fəaliyyət göstərilir. Həmçinin bu firmalar aşağıdakı funksiyalar üzrə xidmət göstərilir:

- yerli institutlar və dövlət qurumları vasitəsilə informasiya və tədqiqat resurslarına keçidin əldə edilməsi

- təcrübəli biznes məsləhətçilər və rəhbər səviyyəli icraçılara əlçatanlıq
- biznes avadanlığa və ya proqram təminatına keçidin əldə edilməsi
- maliyyə tərəfdaşları ilə əlaqələr vasitəsilə maliyyə kapitalına keçidin əldə edilməsi

Biznes inkubatorlar kiçik innovasiya biznesinin aləti kimi sahibkarlıq subyektlərinin effektiv inkişafına dəstək üçün inkubasiya proqramlarını özlərində ehtiva edirlər. İnkubasiya proqramları adətən özəl şirkətlər, dövlət müəssisələri və ya ictimai institutlar tərəfindən maliyyələşdirilir. Bu proqramların başlıca hədəfi inkubator firmalarını həyati vacib olan maliyyə və texniki xidmət dəstəyi ilə təmin edərək gənc biznesin yaradılmasına və təkmilləşdirilməsinə kömək etməkdir.

Biznes inkubasiya proqramlarının uğurla sona çatması startapların uzunmüddətli dövrdə biznesdə qalması ehtimalını artırır. Amerikan alimləri tərəfindən aparılan araşdırmalar göstərmişdir ki, ilk 2 ildə bazardan gedən digər 13% firmalardan fərqli olaraq, 87% startaplar bu və ya digər biznesdə səmərəli funksionallaşmanı davam etdirmişdir (Grimes D., Edelstein J., De Pietro R. and others, 1997).

II Fəsil AZƏRBAYCANIN BEYNƏLXALQ ARENADA MÜASİR GÖSTƏRİCİLƏRİ

2.1. Biznes fəaliyyəti hesabatlarında ölkənin iqtisadi vəziyyəti

Azərbaycanda innovativ iqtisadiyyatın dəstəklənməsi üçün son illərdə xeyli işlər görülmüşdür. Ölkənin müxtəlif ərazilərində yaradılan yüksək texnologiyalar parkları zəruri infrastruktur, maddi-texniki baza və idarəetmə qurumları ilə təmin edilmişdir. Eyni zamanda ölkə ərazisində iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrində atılan addımlar izlənilmiş və hesaba alınmışdır. Bütün bu baza informasiyaları beynəlxalq assosiasiyalar tərəfindən dəyərləndirilmiş və nəzərə alınmışdır. Bu tədbirlərin nəticəsi qlobal hesabatlarda qeydə alınmış, tədqiq edilmiş və indekslər tərtib edilmişdir.

Bu fəsildə, respublikamızın əsasən həmsərhəd ölkələrlə regional müstəvidə müqayisəsi ortaya atılır. Elə məhz bu və bununla əlaqəli istiqamətlərdə aparılan və həyata keçirilməli olan təxirəsalınmaz tədbirlər haqqında Azərbaycanın ümumdünya indekslərində və reytinglərində tutduğu mövqelərə sistemli yanaşmaya, illər üzrə artım dərəcələrinin qruplaşdırılmasına, müxtəlif göstəricilər baxımından qonşu ölkələrlə müqayisələrinə, o cümlədən mənfi və müsbət tərəflərdən iqtisadi təhlil statistikalarına və digər bu qəbildən olan araşdırmalara yer veriləcəkdir.

Bu gün dünyada baş verən dəyişiklikləri və ölkələrin qabaqcıl sistemə inteqrasiyasını izləyən bəzi dünya mətbuatı və jurnalları vardır. Bunlardan biri də Dünya Bankı Qrupunun hər bir ölkədə yerli qurumlarla əməkdaşlığı şəraitində birgə ərsəyə gətirdiyi Biznes Fəaliyyəti (ing. Doing Business) hesabatlarıdır.

Biznes Fəaliyyəti hesabatları resenziyalaşmış jurnallarda dərc olunan minlərlə məqalələri ilhamlandırmış, habelə iqtisadi inkişafın tənzimləyici və institusional əsasları barəsində məlumatlandırılmış debatlar üçün yeni platforma yaratmışdır. Bu hesabatların çoxsaylı indikatorları başqa cəmiyyətlərin indekslərində yer almışdır və davamlı iqtisadi inkişafda ideal biznes mühiti barədə daha artıq müzakirələrə səbəb olmuşdur. Ötən on beş il ərzində heç bir digər hesabat Biznes Fəaliyyəti hesabatlarından daha yaxşı formada aforizmləri təsvir edə bilməmişdir. Biznes

Fəaliyyəti hesabatları seriyasının başlıca hədəfi, obyektiv məlumatların sağlam biznesin tənzimləmə siyasətlərinin tərtibində hökumətlər tərəfindən istifadəsini təmin etmək və firmalar üçün tənzimləyici mühitin çox önəmli aspektlərində tədqiqatları həvəsləndirməkdir.

Bu hesabatlarda iki yüzə yaxın ölkələrin iqtisadiyyatlarında baş verən dəyişikliklər əks olunur. Müxtəlif beynəlxalq biznes göstəriciləri üzrə reytinglər, statistikalar, regional təhlillər və hər bir ayrıca dövlət üzrə detallı şəkildə məlumatlar çap edilir, bununla da onların fəaliyyətlərində yerinə yetirilən istiqamətlərə baxılır. Azərbaycanın da öz növbəsində buraya qoşulması 2008-ci ildən bəri başlamışdır. Beynəlxalq arenada biznesin aparılması səmərəliliyinin araşdırılması üzrə ölkəmiz Avropa və Mərkəzi Asiya regionunda öz yerini almışdır və bu illər ərzində respublikamızda biznes sferasının daha da yaxşılaşdırılması yönündə pozitiv istiqamətdə xeyli qayda və qanunlar qəbul olunmuşdur.

Cədvəl 2. Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı Reytingi 2018

Ranq	İqtisadiyyat	EODB xalı	EODB xalı dəyişikliyi
1	Yeni Zelandiya	86.59	0.00
2	Sinqapur	85.24	+0.27
3	Danimarka	84.64	+0.59
...
6	Gürcüstan	83.28	+0.48
...
24	Almaniya	78.90	0.00
25	Azərbaycan	78.64	+7.10
26	Avstriya	78.57	+0.03
...
31	Rusiya	77.37	+0.61
...
41	Ermənistan	75.37	+2.06
...
43	Türkiyə	74.33	+4.34
...
128	İran	56.98	+2.34

Mənbə: Dünya Bankı Qrupunun Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı hesabatı, 2019

Cədvəl 2, Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı Reytingini əks etdirən cədvəldir. Son ilin reytinginə baxanda görmək olur ki, ilk üçlüyü Yeni Zelandiya, Sinqapur və Danimarka tutur. Bu ölkələr son üç ilin reytinglərində mövqelərini dəyişməyərək inamli şəkildə saxlamışlar. Ölkəmizin bu reytingdə qonşuları Almaniya və

Avstriyadır. Azərbaycan Almaniyadan 0.26 xal fərqi ilə geridə, Avstriyadan isə 0.07 xal fərqi ilə irəlidedir. Gələcəkdə isə reytingdə irəlidedən Almaniya, İrlandiya və Kanada kimi nəhəng iqtisadiyyatları geridə qoymaq prioritet hədəf kimi qarşıda dayanmışdır.

Diqqəti cəlb edən digər məqamlardan biri də, Azərbaycanın illik ümumi göstəricidə qonşu ölkələr arasında yalnız Gürcüstandan geri qalmasıdır. Lakin onu qeyd etməliyik ki, Rusiya və Türkiyə kimi çoxşaxəli iqtisadiyyatlara malik ölkələri geridə qoyan Azərbaycan, habelə bədnam qonşusu olan Ermənistanı da uğurlu şəkildə adlamışdır. O cümlədən, onu da vurğulamaq gərəkdir ki, respublikamız həmsərhəd ölkələr arasında ötən illə müqayisədə ən çox xal dəyişikliyinə (+7.10) nail olmuşdur. Azərbaycanın qeyd olunan reyting siyahısında öz mövqeyini bərkitməsi ölkədə aparılan tədbirlərlə birbaşa bağlıdır.

Cədvəl 3. Son 5 ildə Azərbaycanın biznes fəaliyyətinin asanlıqı reytinglərində statistikası

İllər	DTF və ya EODB xalı	Tutulmuş mövqe
2014	64.08	80
2015	67.80	63
2016	67.99	65
2017	70.19	57
2018	78.64	25

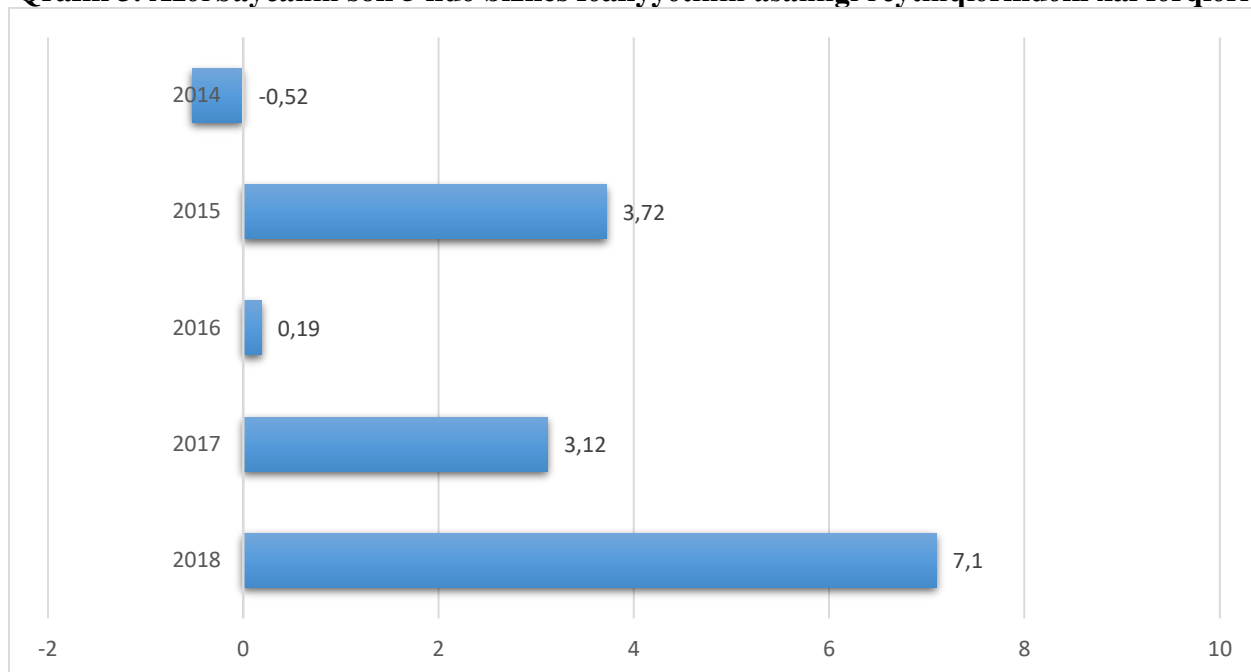
Mənbə: Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Cədvəl 3, 2014-cü ildən bəri Azərbaycanın biznes fəaliyyətinin asanlıqı reytingində statistikasını göstərir. Burada diqqəti çəkən vacib məqamlardan biri də ondan ibarətdir ki, 2015-ci və 2016-cı illər aralığında xallarda artım baş verməsinə baxmayaraq, tutulan mövqedə, yəni rəndə ikinci pillə geriləmə müşahidə olunmuşdur. Azərbaycan 2015-ci ildə 3 kriteriya üzrə innovativ addım atsa da, növbəti il üçün iqtisadiyyata əhəmiyyətli dərəcədə təsir edə bilməmişdir. Reytingdə arxalarda olan Bəhreyn və Kosovo kimi dövlətlərin ölkəmizi qabaqlamalarının digər bir səbəbi də, onların bu müddətdə Azərbaycanla müqayisədə yeniliklərə daha da ehtiyac duyulan sektorlarda aktivlik göstərməklə çevik islahatlar reallaşdırması hesab oluna bilər.

Qrafik 3, respublikamızın son dövrlərdə əldə etdiyi xalların hesabına müsbət istiqamətdə və böyük ölçüdə fərq yaratmağa müvəffəq olmasını gözlər önünə sərir.

Ancaq burada bir problem gözə dəyir. Xal dəyişikliklərində qabaqca geriləmə olsa da, sonradan artma müşahidə olunmuşdur.

Qrafik 3. Azərbaycanın son 5 ildə biznes fəaliyyətinin asanlıqı reytinglərindəki xal fərqləri



Mənbə: Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Ən son statistikaya əsasən, Azərbaycan Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı (ing. Ease of Doing Business) reytingində 25-ci pillədə qərarlaşmışdır. Ən böyük artım 2017 və 2018-ci il aralığında müşahidə olunmuşdur. Bu illər aralığında 12% irəliləmə baş vermişdir. Ümumilikdə isə, vurğulamaq gərəkdir ki, 2014-cü və 2018-ci illər arasında qazanılan xallarda təqribən 23%-lik bir inkişaf əldə olunmuşdur. Bu da öz növbəsində, 55 pillə irəliləməni ortaya çıxartmışdır.

Bir çox hesabatlarda olduğu kimi 2018-ci ildə də, ümumi olaraq biznes fəaliyyətində ən uğurlu inkişaf edən 10 ölkədən biri Azərbaycan seçilmişdir. Bu seçimlərdə kriteriyalar 10 əsas islahatlar üzrə hesablanmışdır. Bu kriteriyalar özlüyündə iqtisadiyyatın müxtəlif sahələrini əhatə edir və keyfiyyətli biznes fəaliyyətinin təşkili üçün baza hesab olunur.

Biznes fəaliyyətinin asanlaşdırılması reytinglərindən bəhs edərkən vurğulamalıyıq ki, investisiyaların ölkəyə cəlb edilməsində ən vacib proseslərdən biri proqnozlaşdırılması mümkün olan təkmil və stabil biznes mühitinin olmasıdır. Sözügedən kriteriyalarla daha yaxından tanış olmaq üçün növbəti cədvələ nəzər

yetirək. Aşağıdakı cədvəl dördüncüdür və bizi dövlətimizin keçən ilki islahatları ilə tanış edir.

Cədvəl 4. 2018-ci il üçün qonşu ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanın keçirdiyi islahatlar

Ölkələr	Biznes fəaliyyətinin asanlaşdırılmasına yönəlmiş islahatlar									
	Biznesə başlama	İnşaat icazələrinin alınması	Elektrikin əldə edilməsi	Mülkiyyətin qeydiyyatı	Kreditlərin alınması	Kiçik investorların qorunması	Vergilərin ödənilməsi	Xarici ticarət	Müqavilələrin icrası	İflasın aradan qaldırılması
Azərbaycan		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓
Türkiyə	✓	✓			✓		✓	✓	✓	✓
Rusiya		✓	✓				✓	✓		
Ermənistan	✓		✓			✓	✓		✓	
Gürcüstan	✓						✓		✓	
İran							✓	✓		

Mənbə: Dünya Bankı Qrupunun Biznes Fəaliyyətinin Asanlıığı hesabatı, 2019

Cədvəl 4-dən aydın görünür ki, Avropa və Mərkəzi Asiya regionu dövləti kimi Azərbaycan 8 islahat reallaşdırmışdır. Bu 2017/18 mövsümündə top 10 irəliləyən iqtisadiyyatlar arasında rekord rəqəm olmuşdur. Hansı ki, müqayisədə götürsək bu ədəd qardaş ölkə olan Türkiyədə 7 islahat təşkil etmişdir. Ermənistan isə 5 islahat həyata keçirmişdir. Bu islahatlardan bir qismi özündə institusional dəyişiklikləri ehtiva edir. Aşağıda dövlətimizin müvafiq sektorlarda qəbul etdiyi islahatlar üzrə daha geniş məlumatlar verilmişdir:

İnşaat icazələrinin alınması. Respublikada tikinti icazələrinin alınması prosesi bir qədər də asanlaşdırılmışdır. Belə ki, ölkədə inşaat icazələrinin alınması ilə bağlı Bakı Şəhər İcra Hakimiyyətində yeni “Bir Pəncərə” sistemi açılmışdır. Yeni qaydalara əsasən, icazələri yalnız burada almaq mümkündür. Buna misal olaraq, tikinti icazələrinin alınması müddətinin 80 günə, xərclərin isə on iki min beş yüz altmış üç AZN-ə kimi azaldılmasını qeyd edə bilərik.

Elektrik enerjisinin əldə edilməsi. Şəbəkə infrastrukturuna investisiya yatırılması və elektrik enerjisinin kəsilməsinə nəzarət üçün milli tənzimləyicinin bünövrəsinin qoyulması ilə enerji təchizatının etibarlılığı inkişaf etdirilmişdir. Həmçinin, elektrik enerjisinin daha sürətli və az xərclə əldə olunması “Bir Pəncərə”

sisteminin əsası qoyulmaqla təmin edilmişdir. Digər bir təmərküzləşmiş xidmət – “Asan Kommunal” mərkəzi – elektrik şəbəkəsinin əlaqələndirilməsi prosesini daha da rahatlaşdırmışdır.

Əmlakın qeydiyyatı. Mülkiyyətin qeydiyyatına salınmasını asanlaşdırmaq üçün torpaq resurslarının idarə edilməsi sistemində şəffaflıq artırılmışdır.

Kreditlərin alınması. Yeni imzalanmış transaksiya, müflisləşmə və iflas haqqında qanunlar təqdim olundu. Hansı ki, bu qanunlar toplusu nəinki funksional formada əhatə olunmuş transaksiya sistemini reallaşdırdı, hətta girov kimi istifadə oluna bilən aktivlərin miqyasını da genişləndirdi. Həmçinin vahid, müasir və ön tədbirlərə əsaslanan girov təminatı reyestri təsis edildi. Yeni Azərbaycan Kredit Bürosunun yaradılması ilə kreditlə bağlı məlumatlara əlçatanlıq təchiz olundu.

Kiçik investorların mühafizə olunması. Həm fundamental korporativ qərarların qəbulunda payçıların hüquqlarının və rolunun artırılması, həm sahiblik haqqının və idarəetmə strukturlarının işıqlandırılması, həm də yüksək dərəcədə korporativ şəffaflığın tələb edilməsi ilə kiçik və azsaylı investorların mühafizəsi gücləndirildi.

Vergilərin ödənilməsi. Elektron vergi hesab-fakturası, sosial müdafiə ödəmələri üçün vahid vergi bəyannaməsi və korporativ gəlir vergisinin sistemləşdirilməsi üçün onlayn platformanın genişləndirilməsi təqdim olundu ki, bu da öz növbəsində vergilərin ödənilməsinin daha da asanlaşdırılmasına gətirib çıxartdı.

Xarici ticarət əlaqələri. Elektron gömrük əməliyyatlarının rasionallaşdırılması və “Yaşıl Dəhliz” buraxılış sisteminin tam şəkildə qurulması ilə xarici ticarət fəaliyyəti sürətləndirildi.

Ödəmə qabiliyyətinin itirilməsi probleminin həll edilməsi. İmtiyazlı sövdələşmələrdən qaçınmanı təmin edərək ödəmə qabiliyyətinin itirilməsi problemi yüngülləşdirildi.

Yuxarıda sadalanan islahatlarla yanaşı əmək bazarının tənzimlənməsi sahəsində də yeniliklərə nail olunmuşdur. Bu sektorda aparılan reformalara misal

olaraq, həddindən artıq ixtisarlar və işdənçixarma müavinətləri haqqında xəbərdarlıq dövrünə aid olan qaydaların dəyişdirilməsini göstərə bilərik.

Bu islahatlardan geriyə qalan yalnız “biznesə başlama” və “müqavilələrin icrası” indikatorları olmuşdur. Bu indikatorlar üzrə son dəfə aparılan islahatlar uyğun olaraq 2015-ci və 2017-ci illərə düşmüşdür. Belə ki, biznesə başlamağı daha rahat etmək üçün 2015-ci ildə şirkətlərdə korporativ möhürün alınmasına olan məcburiyyət aradan qaldırılmışdır. 2017-ci ildə isə müqavilələrin icrası ilə bağlı bir sistem qurulmuşdur. Hansı ki, bu sistem istifadəçilərə məhkəmə xərclərinin elektron halda ödənilməsinə icazə vermişdir.

Cədvəl 5. 2018-ci ildə Azərbaycanın 10 islahat üzrə tutduğu mövqedə qonşu ölkələrlə müqayisəsi

Ölkələr	Biznes fəaliyyətinin asanlaşdırılmasına yönəlmiş islahatlar									
	Biznesə başlama	İnşaat icazələrinin alınması	Elektrikin əldə edilməsi	Mülkiyyətin qeydiyyatı	Kreditlərin alınması	Kiçik investorların qorunması	Vergilərin ödənilməsi	Xarici ticarət	Müqavilələrin icrası	İflasın aradan qaldırılması
Azərbaycan	9	61	74	17	22	2	28	84	40	45
Türkiyə	78	59	60	39	32	26	80	42	19	109
Rusiya	32	48	12	12	22	57	53	99	18	55
Ermənistan	8	98	17	14	44	51	82	46	24	95
Gürcüstan	2	27	39	4	12	2	16	43	8	60
İran	173	86	108	90	99	173	149	121	89	131

Mənbə: Biznes Fəaliyyətinin Asanlığı hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Biznes fəaliyyətinin asanlaşdırılmasına yönəlmiş əsas 10 islahat üzrə rəqəmlərdə Azərbaycanın yaxın ərazidəki qonşuları ilə müqayisəsi Cədvəl 5-də verilib. Buradan görmək olur ki, 10 islahatdan 2-si üzrə ilk mövqə məhz ölkəmizin öhdəsinə düşüb. Bunlar “kiçik investorların qorunması” və “iflasın aradan qaldırılması” sahələrində yerinə yetirilən islahatlardır.

Bu göstəricilərlə daha dərindən tanış olmaq üçün əvvəlki illər üzrə ətraflı müqayisəyə ehtiyac vardır. 2014-cü ilə baxarkən biz görürük ki, “kiçik investorların qorunması” göstəricisində 59.17 xalla 51-ci sırada dayanan Azərbaycan, 2018-ci ildə bu göstəricidə möhtəşəm bir inkişaf nümayiş etdirərək 81.67 xalla 2-ci sıraya adlanmışdır. Digər bir fərqlənən parametr “iflasın aradan qaldırılması” olmuşdur. 5 il

bundan qabaq 43.02 xalla doxsan dördüncü yeri tutan respublikamız indi 63.79 xalla qırx beşinci yerdə qərarlaşaraq strateji rəqiblərini arxada qoya bilmişdir.

İstinad olunmalı vacib məsələlərdən biri də odur ki, Azərbaycan regional müstəvidə, yəni Avropa və Mərkəzi Asiya bölgəsində sonuncu hesabatın yekun sıralamasında Gürcüstanın və Makedoniyanın arxasınca 3-cü pilləni sığortalamışdır. Həmçinin adambaşına düşən ÜMG üzrə də son beş ildə Cənubi Qafqaz ölkələri arasında aparıcı mövqe qorunub saxlanılmışdır. Belə ki, 2014-cü ildə adambaşına düşən ÜMG yeddi min üç yüz əlli USD, 2015-ci ildə yeddi min beş yüz doxsan USD, 2016-cı ildə altı min beş yüz altmış USD, 2017-ci ildə dörd min yeddi yüz altmış USD və nəhayət 2018-ci ildə isə dörd min səksən USD təşkil etmişdir. Keçən il üçün müqayisədə Ermənistanda bu dəyər dörd min USD, Gürcüstanda isə üç min yeddi yüz doxsan USD olmuşdur.

İnvestisiya imicini formalaşdıran faktorlar arasında sırf beynəlxalq reytinglərdə ölkənin mövqeyinin bildirilməsidir. Hər hansı bir dövlətin beynəlxalq və regional iqtisadi təşkilatlara üzvlük faktorları onun investisiya mövqeyinə və ya cəlbediciliyinə böyük təsir göstərir. Ona görə ki, bu reytinglər investitorlara müxtəlif sahələrə yatırım etməkdə yardımçı olan əksər faktorlar üzrə alt göstəricilərə malikdir. Kapital sahibləri və ya investitorlar sadəcə həmin reytinglərə baxmaqla ölkə haqqında fikir formalaşdırı bilirlər. Məs.: investitorlar ÜTT-yə üzvlük, ölkənin ÜTT qarşısında öhdəliyinin olması, həmin ölkədə investitor və ya mülkiyyət hüquqlarının qorunması səbəbi ilə bu halı proqnozlaşdırılabilən və stabil kapital ya da ticarət mühitinin mövcudluğu kimi qəbul etməklə həmin ölkəyə daha çox miqdarda investisiya yatırırırlar (Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 101). Bu fikirlər uyğun sektorlara maliyyə qoyuluşlarının təmin edilməsinin nəticəsində əvəzedilməz rol oynamaqdadır.

Hal-hazırda bölgəvi və global miqyasda biznesin təşviq olunması mexanizmləri mükəmməlləşdirilir və investisiyaların çoxaldılması yönündə rəqabət güclənir. Dövlətimizdə də inkişaf və iqtisadi artım məqsədlərinə uyğun gələn xarici investisiyaların həcmnin artırılması və cəlb edilməsi istiqamətində mühüm təşəbbüslər həyata keçirilməkdə davam etdirilir və etdiriləcək (Azərbaycan

Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 100)., İntestisiyaların artırılması istiqamətində ölkəmizin daha əlverişli mövqeyə çıxarılması, bu sahədə aparılan islahatlar sürətləndirməklə planlaşdırılan məsələlərdəndir. Daxili yığım bacarığının dövr edilməsi üçün də, eyni zamanda zəruri təşviqedici mexanizmlər inkişaf etdirilməlidir. İntestor perspektivi uyğun sahə, ümumi yerləşdirmə profili və ya fəaliyyət sferası, uğurlu stimulların müəyyənlişdirilməsi, həmçinin mümkün maliyyə və digər biznes-stimullar vasitəsilə doğru alətlər seçərək qəbul olunmalıdır. İqtisadiyyatımızın xarici investisiyaları cəlb etməsinə düzgün idarəetmə strukturunun müəyyən edilməsi və qurulması yardım göstərə bilər. Bunun nəticəsi olaraq, həm getdikcə optimallaşmış dövlət investisiyaları özəl sərmayələrlə əvəzlənəndə dayanıqlı iqtisadi inkişaf təmin olunar, həm də tədiyyə balansındakı gərginliklər aradan götürülər, ələlxüsus da, ölkənin dəyər zəncirlərinə daha da dərinləndən qoşulmasına zəmin yaranar.

2.2. Qlobal reytinglərin rəqabətliyin artırılmasına təsiri

Dördüncü Sənaye İnkilabının baş verməsi ilə insanlıq yeni bir mərhələyə qədəm qoymuşdur. Bu inqilab planetin müxtəlif nöqtələrindəki milyonlarla insan üçün yaşanan reallıq olmaqla bərabər, biznes fəaliyyəti, hökumətlər və fərdlər üçün də yeni fərsətlər yaratmışdır. Dördüncü inqilabın bütün sahələrə gətirdiyi innovasiyalar illik hesabatlardan da yan keçməmişdir. Belə ki, dayanmadan inkişaf edən və çağdaş texnologiyalar vəd edən bu zamanədə iqtisadi ekosistemin reallıqlarını durmadan izləyən və siyahıya alan reytinglərdən biri də Dünya İqtisadi Forumunun tərtib etdiyi Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik (ing. Global Competitiveness) hesabatlarıdır. Hər il Dünya İqtisadi Forumu Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik raportlarını açıqlayır. Bu hesabatlarda təqribən yüz əlli ölkənin iqtisadiyyatlarında yerinə yetirilən fəaliyyətlər öz əksini tapır. Azərbaycanın isə bu hesabatlarda şəxsi məlumatları 2007-ci ildən günümüzdə kimi siyahıya alınmağa başlanmışdır və ölkəmiz Avrasiya regionunda məskunlaşdırılmışdır.

Qlobal rəqabətqabiliyyətlilik hesabatlarında təqdim edilən analizlər beynəlxalq təşkilatlardakı ən son statistikaların inteqrasiyasına və icraçılarla aparılan sorğuların metodologiyasına əsaslanır. Ölkələrin müvafiq siyasətlərini dəstəkləmək üçün təyin olunan bu metodologiya, aparıcı ekspertlərlə və təcrübəçilərlə geniş əməkdaşlıq şəraitində illərlə konsultativ proses çərçivəsində işlənmişdir. Elə bu kontekstdə, tamamilə yeni nəsil olan metodologiya “4.0” təqdim olunmuşdur. Bu metodologiya, uzunmüddətli rəqabətqabiliyyətlilik faktorlarının qırx illik müqayisəli analiz təcrübəsinə əsaslanan hərtərəfli iqtisadi kompasdır. 4-cü Sənaye İnkilabının konseptuallaşdırılmasından sonra Dünya İqtisadi Forumu bu inqilabı rəqabətqabiliyyətliliyin izahına inteqrasiya etməklə qlobal və innovativ düşüncə tərzinə öz töhfəsini verir. Belə ki, qabaqkı illərdən fərqli olaraq hesabatın metodologiyası ciddi şəkildə dəyişdirilərək buraya yeni indikatorlar daxil edilmişdir. Ümumilikdə, əvvəlki raportun yüz on dörd indikatorundan 84-ü, yəni 74%-i çıxarılıb. Altmış səkkiz yeni indikator isə daxil edilib. Beləliklə, hesabatda mövcud olan doxsan səkkiz indikatorun yetmiş faizi tamamilə yenidir.

Cədvəl 6. Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi 2018

Ranq	İqtisadiyyat	Xal
1	ABŞ	85.6
2	Sinqapur	83.5
3	Almaniya	82.8
...
43	Rusiya	65.6
...
61	Türkiyə	61.6
...
66	Gürcüstan	60.9
...
68	Xorvatiya	60.1
69	Azərbaycan	60.0
70	Ermənistan	59.9
...
89	İran	54.9

Mənbə: Dünya İqtisadi Forumunun Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatı, 2018

Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi 2018-ə baxarkən görürük ki, yeni “4.0” metodologiyası ilə Azərbaycan dünyanın ən rəqabətçil 69-cu dövlət kimi yüz qırx iqtisadiyyat arasında 60.04 xal yığmışdır. Ölkəmizlə yanaşı top 70-liyə Türkiyə, Serbiya, Gürcüstan, Cənubi Afrika və Xorvatiya da daxil olmuşdur. Siyahıda bizdən geridə qalan qonşu ölkələr isə Ermənistan və İrandır. Həmsərhəd dövlətlərdən reytingdə ən yuxarıda yerləşən Rusiya Federasiyasıdır. Lakin buna baxmayaraq, Azərbaycan bəzi indikatorlarda, nəinki ondan geridə olan qonşularını, hətta irəlində olan 3 yaxın tərəfdaşını da üstələməyi bacarmışdır.

Eyni zamanda, Azərbaycanın ön sıralarda olduğu alt göstəricilərin bir çoxu yeni metodologiyada diqqətə alınmamışdır. Məsələn, Azərbaycanın “makroiqtisadi sabillik” indikatoru üzrə mövqeyinə neqativ yanaşma göstərilmişdir. Bununla əlaqədar olaraq, ölkəmizin “dövlət büdcəsinin balansı”, “ümumi milli yığım”, “dövlət borcu”, “dövlətin kredit reytingi” kimi alt göstəricilərdə yüksək yerləri tutması faktına baxmayaraq, yeni metodologiyaya heç daxil belə edilməmişlər. Digər tərəfdən isə, yeni metodologiyaya sosial sferaya və ətraf mühitə təsir edən indikatorlar daxil edilmişdir. Respublikamız “ekoloji təsir” və “inklüziv böyümə” parametrlərində liderlik vəziyyətini qoruyub saxlayıb. Əldə etdiyimiz nəticələrlə ətraflı şəkildə tanış olmaq üçün aşağıdakı cədvələ baxaq:

Cədvəl 7. 2014-cü ildən bəri Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətlilik indekslərində statistikas

İllər	Xal	Tutulan mövqe
2013-2014	4.51	39
2014-2015	4.53	38
2015-2016	4.50	40
2016-2017	4.55	37
2017-2018	4.69	35

Mənbə: Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Azərbaycanın son beş ildə rəqabətqabiliyyətlilik reytinglərindəki xal fərqlərinin artan istiqamətdə olduğu cədvəl 7-dən görünür. Bundan əlavə, maksimum nəticə 2017-2018 dövründə qeydə alınmışdır. Onu da deyək ki, 2017-2018 müddətində 35-ci pillədə yerləşən respublikamız bölgədəki heç bir rəqib dövlət üçün əlçatan ola bilməmişdir.

Həmçinin hesabatda o da vurğulanır ki, dövlətimiz dünyada sosial bərabərliyin ən yüksək səviyyədə təcəssüm etdiyi qüvvətli ölkələrdəndir. Cini gəlir indeksində isə, 0-100 ballıq sistemdə 16.6 bal toplanılmışdır və bütün qonşu ölkələr geridə buraxılmışdır. Cini indeksində 0-ın mükəmməl bərabərlik, yüzün də mükəmməl qeyri-bərabərlik ifadə etdiyini nəzərə alsaq, bu bal kifayət qədər yüksək hesab edilir.

Onu da qeyd etməliyik ki, bizim üçün 2018-ci ilin hesabatında adambaşına düşən ÜDM 4140.7 dollar olmuşdur. Uyğun olaraq, bu rəqəm Ermənistanda 3861 dollar, Gürcüstanda 4098.6 dollar təşkil etmişdir. On illik ortalama ÜDM inkişafı 3.0 faizi əhatə etmişdir. Alıcılıq qabiliyyəti pariteti üzrə isə dünyanın ümumi daxili məhsulundan 0.14 faizlik pay götürülmüşdür ki, bu da ildən-ilə genişlənən iqtisadiyyatımız üçün gələcək dövrlərdə adi bir rəqəm olmaqdan çıxmalı və motivasiya edici bir statistika kimi görünməlidir. Alıcılıq qabiliyyəti pariteti rəqabət gücünün təyini üçün vacib amillərdəndir.

Rəqabət gücünün təyin olunmasında dövlətin prioritet bir rolu texniki tənzimləmə və milli standartlaşdırma sisteminin beynəlxalq tələblərinə uyğun formada formalaşdırılmasını bərpa etməkdən, ya da xarici bazarlara çıxışın təmin edilməsi üçün azad ticarət sazişlərinin bağlanmasıdan ibarətdir. Xarici bazarlara çıxışın sərbəstliyi ölkənin müsbət saldosuna da iri dəstək verir.

Cədvəl 8. Son indeksdə Azərbaycanın iqtisadi profilinin qonşu dövlətlərlə müqayisəsi

Komponentlər	Göstəricilər	Ölkələr					
		Azərbaycan	Türkiyə	Rusiya	Ermənistan	Gürcüstan	İran
Ətraf mühit	İnstitutlar	58	71	72	67	40	121
	İnfrastruktur	46	50	51	74	72	76
	İKT-nin tətbiqi	69	71	25	56	45	80
	Makroiqtisadi stabillik	126	116	55	89	72	117
İnsan kapitalı	Sağlamlıq	91	48	100	61	80	84
	Bacarıqlar	54	77	50	55	45	91
Bazarlar	Məhsul bazarı	37	76	83	39	42	134
	Əmək bazarı	40	111	67	33	31	136
	Maliyyə sistemi	96	65	86	87	88	98
	Bazar həcmi	65	13	6	118	102	19
İnnovasiya ekosistemi	Biznes dinamizmi	31	76	51	62	53	119
	İnnovasiya qabiliyyəti	71	47	36	60	85	65

Mənbə: Dünya İqtisadi Forumunun Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabatı, 2018

Yuxarıdakı cədvəl 8-də prioritet komponentlər üzrə müqayisə verilmişdir. Azərbaycan “infrastruktur” üzrə 46-cı, “məhsul bazarı” üzrə 37-ci və “biznes dinamizmi” üzrə 31-ci pillədə yerləşərək bütün qonşularını geridə qoymuşdur. Başabaş müqayisədə isə, Ermənistanın və İranın bu siyahıda heç bir kriteriyada fərqlənə bilmədiyini görə bilirik.

Keçən illə müqayisədə respublikanın iqtisadi profilində fərqli komponentlərdə yerləşən “infrastruktur”, “bacarıqlar” və “biznes dinamizmi” göstəricilərində vəziyyət əhəmiyyətli dərəcədə yaxşılaşdırılmışdır. “İnfrastruktur”da beş pillə, “bacarıqlar”da on dörd pillə və “biznes dinamizmi”də isə doqquz pilləlik müsbət fərq yaradılmışdır. Bu kimi əldə edilən uğurlarda sözsüz ki, ölkə prezidentinin və iqtisadi-siyasi qurumların apardığı yeniliklərin rolu əvəzsizdir.

Cədvəl 9. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlik indeksində həmsərhəd ölkələrlə infrastruktur göstəricisində müqayisəsi

Göstəricilər	Ölkələr					
	Azərbaycan	Türkiyə	Rusiya	Ermənistan	Gürcüstan	İran
Yol əlaqələri indeksi	89	27	38	112	71	39
Yolların keyfiyyəti	34	33	104	85	80	71
Dəmir yolları sıxlığı	32	51	69	34	37	70
Qatar xidmətinin səmərəliliyi	17	66	15	76	47	51
Hava limanlarının bağlantısı	79	14	18	93	81	49
Hava nəqliyyatı xidmətlərinin effektivliyi	12	35	52	78	81	121
Layner daşımaları bağlantısı indeksi	-	22	53	-	106	42
Liman xidmətlərinin səmərəliliyi	29	50	45	119	80	75
Elektrifikasiya dərəcəsi	1	1	1	1	1	79
Elektrik enerjisinin ötürülməsində və paylanmasında itkilər	77	89	64	82	37	95
Təhlükəli olan içməli suya məruzqalma	63	86	54	40	74	60
Su təchizatının etibarlılığı	65	84	53	66	59	85

Mənbə: Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Cədvəl 9, Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlik indeksində həmsərhəd ölkələrlə infrastruktur göstəricisində müqayisəsi haqqındadır. Ölkəmiz adına növbəti qürurverici fakt “əhalinin enerji ilə təmin edilməsi” üzrə yüz qırx ölkə arasından yüz xal qazanmaqla ilkin pillədə qərarlaşmasıdır. Bundan əlavə isə, “dəmir yolları sıxlığı”, “hava nəqliyyatı xidmətlərinin effektivliyi”, bir də “liman xidmətlərinin səmərəliliyi” üzrə də həmsərhəd respublikalardan yüksək sıralardadır.

Ötən illərə nəzər salsaq görə bilərik ki, beş ildə “infrastruktur” parametrində qüvvətli inkişaf baş vermişdir. 2014/2015-ci ildə 70-ci mövqedə olan ölkəmiz 46-cı yerə qədər gəlib çıxmışdır. Azərbaycan “hava nəqliyyatı xidmətlərinin effektivliyi” alt göstəricisi üzrə də 2014/2015-ci ildən bu yana 44-cü pillədən 12-ci pilləyə addımlamışdır. Eyni hal “liman xidmətlərinin səmərəliliyi” üçün də keçərlidir.

Cədvəl 10. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlilik indeksində həmsərhəd ölkələrlə biznes dinamizmi göstəricisində müqayisəsi

Ölkələr	Göstəricilər							
	Biznesə başlama xərci	Biznesə başlama müddəti	İflasın bərpası dərəcəsi	İflasın tənzimlənmə çərçivəsi	Sahibkarlıq riskinə qarşı münasibət	Səlahiyyətləri ötürməyə hazırlıq	Innovativ şirkətlərin inkişafı	Dağıdıcı ideyaları olan firmalar
Azərbaycan	38	17	59	17	21	56	35	25
Türkiyə	87	37	124	88	44	69	49	74
Rusiya	26	65	57	38	41	71	93	57
Ermənistan	20	17	71	93	45	86	77	47
Gürcüstan	48	4	61	46	52	95	104	59
İran	33	88	123	121	126	130	75	71

Mənbə: Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

“Biznes dinamizmi” sıralamasında da böyük miqdarda irəliləmə nəzərə çarpır. Burada Azərbaycanın qonşu respublikalara nisbətən üstünlüyü daha qabarıq formada görünür. Əvvəlki illərlə müqayisəyə baxanda “biznes dinamizmi” sahəsində inanılmaz yüksəliş reallaşdırılmışdır. Buna ən bariz nümunə kimi, səksəninci rəqəbdən otuz birinci rəqəbə yerləşməni misal çəkə bilərik. Bu yüksəlmə öz təsirini səkkiz növ subkateqoriyanın beşində, yəni “iflasın tənzimlənmə çərçivəsi”, “sahibkarlıq riskinə qarşı münasibət”, “səlahiyyətləri ötürməyə hazırlıq”, “innovativ şirkətlərin inkişafı” və “dağıdıcı ideyaları olan firmalar”da nəhəng sayda fəqliliklər olması ilə biruzə vermişdir. Belə ki, uyğun olaraq, birinci kateqoriyada on yeddinci, ikincidə iyirmi bir, üçüncüdə əlli altı, dördüncüdə otuz beş və nəhayət beşincidə isə iyirmi beşinci pilləni tutmuşdur. Rusiya “iflasın bərpası dərəcəsi” üzrə əlli yeddinci, Ermənistan “biznesə başlama xərci” baxımından iyirminci pilləni, Gürcülər “biznesə başlama müddəti” alt göstəricisində ən ön yerlərdən birini, yəni dördüncü sıranı təmin etmişdir. Demək olar ki, bütün alt kateqoriyalarda Ermənistandan və Gürcüstandan öndə qərarlaşan Azərbaycan, Cənubi Qafqaz regionunda “biznes dinamizmi” üzrə lider sayılır. Bütün bu sadaladığımız faktorlar biznesin artma dinamizminin müəyyənləşdirilməsi hesabında və qlobal reytinglərdə əhəmiyyətli təsiretmə kompetensiyasına sahibdir.

Cədvəl 11. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlilik indeksində həmsərhəd ölkələrlə innovasiya qabiliyyəti göstəricisində müqayisəsi

Ölkələr	Göstəricilər									
	İşçi qüvvəsinin müxtəlifliyi	Klaster inkişafının vəziyyəti	Beynəlxalq ixtiralar	Səhmdarların əməkdaşlığı	Elmi nəşrlər	Patentin tətbiqi	ETTKİ xərcləri	Tədqiqat institutlarının keyfiyyəti	Alicinin təcrübəliliyi	Ticarət markasının tətbiqi
Azərbaycan	36	34	99	30	108	87	90	86	27	101
Türkiyə	128	80	65	83	36	53	38	19	50	41
Rusiya	39	95	50	40	22	47	35	12	66	75
Ermənistan	96	72	49	71	71	51	86	78	35	64
Gürcüstan	116	117	70	91	74	72	82	75	84	69
İran	125	82	91	114	42	100	81	16	56	59

Mənbə: Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik Hesabatları əsasında müəllifin hesablamaları

Axırıncı rəqabətqabiliyyətlilik indeksində Azərbaycanın həmsərhəd ölkələrlə “innovasiya qabiliyyəti” göstəricisinin müqayisəsi cədvəlində on alt kateqoriyada rəqabət dərəcəsi nümayiş olunmuşdur. Bunlardan dördü ölkəmizin üstünlüyü ilə başa çatmışdır. Bilindiyi kimi istənilən sahənin əsas rəqabətqabiliyyətlilik güclərindən biri də innovasiya fəaliyyətidir. Müəyyən edilmişdir ki, iqtisadiyyatın genişçəşidli sektorlarında proaktiv davranışların sərgilənməsində innovasiya potensialı ön plana çıxır. Bu səbəblə, Azərbaycanda da innovativ təşəbbüslərin ahəngli şəkildə dəstəklənməsi davam etdirilməkdədir. Təsadüfi deyil ki, yeni yaradılan “işçi qüvvəsinin müxtəlifliyi”, “klaster inkişafının vəziyyəti”, “səhmdarların əməkdaşlığı” və “alicinin təcrübəliliyi” kimi alt göstəricilərdə qonşu dövlətlərdən daha yaxşı nəticəyə yiyələnilmişdir. Uyğun olaraq, Azərbaycan birinci alt göstəricidə otuz altı, ikincidə otuz dörd, üçüncüdə otuz və sonuncuda isə iyirmi yeddinci yerə layiq görülmüşdür.

Respublikada azad rəqabət mühitinin təmin edilməsinin gələcəyə baxış konsepsiyasında qlobal rəqabətqabiliyyətlilik indekslərinin rolu danılmazdır. Belə ki, bazarlarda təklif və tələbə müvafiq olaraq, tələbin həcmi ilə qiymət arasında bir növ tarazlığın əldə olunmasının ya da qiymətlərin özünü tənzimləməsinin mühüm amillərindən biri kimi məhz rəqabət çıxış etməkdədir. Mübadilə iştirakçılarının

sayının qeyri-məhdudluğu, onların bazarlara maneəsiz daxil olması və bazarlardan sərbəst çıxışı imkanının mövcudluğu faktı rəqabət mühitinin varlığının başqa əlamətlərindən biridir. Bu isə o mənaya gəlir ki, hər hansı fərd istədiyi vaxt bəyəndiyi qanuni fəaliyyət sahəsində sahibkarlıq işi ilə məşğul olmaq və ya onu dayandıra bilmək haqqına sahibdir (Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 25).

Həmçinin, iqtisadi inkişafın sürətləndirilməsi və ya iqtisadiyyatda durğunluğun aradan qaldırılması lazımdır. Bu da ki, bank sektorunun vasitəçiliyi ilə real sektorun maliyyə mənbələrinə əlçatanlılığın mümkünlüyünü və biznes potensialının artırılmasını tələb edir. Təbii rəqabət sistemində keyfiyyətin və məhsuldarlığın balanslaşdırılması, yeni innovasiyaların və texnologiyaların tətbiqi yolu ilə bazardakı yerini möhkəmləndirməyə can atan sahibkarlıq subyektlərinin bank kreditlərinə mütəmadi olaraq müraciəti, həm də iqtisadiyyatın pul yaratmaq qabiliyyətini, yəni pul multiplikatorunun səviyyəsini artırır (Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 25).

Azərbaycanda rəqabət mühitinin daha da təkmilləşdirilməsi maliyyə və real sektorun arasında bəlli bir tarazlıq nöqtəsinin təyin edilməsi probleminin həlli ola bilər. Buna görə də, yerli əmtəə və xidmətlərin rəqabətliyini artırmaq ancaq tam rəqabət şəraitində iqtisadiyyata stimül verməklə alınar. Rəqabət mühitinin təkmilləşdirilməsi, həm təkmil və sağlam rəqabət qanunvericiliyinin olmasını, həm bu qanunvericiliyin müstəqil və ya səmərəli fəaliyyət göstərən rəqabətçil ittifaq tərəfindən tətbiqini, həm də prinsiplərə əməl etməklə rəqabətin inkişafında əngəllərini aradan qaldıran və inhisarçılığın yayılmasına imkan verməyən iqtisadi siyasətin gerçəkləşdirilməsini tələb etməkdədir (Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 94).

Respublikada özəl sektorun da inkişafını dəstəkləyən əlverişli sahibkarlıq fəaliyyətini təmin etmək üçün rəqabətə şərait yaradan mühüm islahatlar realizə olunmuşdur. Bu prioritet çərçivəsində ölkəmiz sahibkarlıq mühitinin institusional əsaslarını daha da gücləndirməkdə davam edir. Xüsusilə də, azad rəqabət

mexanizminin təşviqi bilavasitə uğurlu olması üçün dövlət-biznes münasibətlərində insan amilinin rolunun minimuma salınması, habelə effektivlik, şəffaflıq və hesabatlılığın artırılması başlıca istiqamət kimi götürülməlidir (Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 94).

Rəqabət mühitinin daha da irəlilədilməsi məqsədilə institusional idarəetmə mexanizmlərinin gücləndirilməsi və qanunvericilik bazasının təkmilləşdirilməsi ən başda gələn addımlardandır. Belə ki, ölkənin qarşısında duran əsas çağırışlardan biri iqtisadiyyatımızda ixracyönlülüyə keçmək və onu idxalla əvəzləməkdir. Bunun üçün əsas iş yerli istehsalatın rəqabət səviyyəsinin yüksəldilməsidir. Yalnız effektiv rəqabət mühitinin bazarlarda formalaşdırdığı təzyiqin təsiri ilə rəqabət dərəcəsinin artırılması başadüşüləndir. Öz növbəsində, bazar subyektləri arasında rəqabət təzyiqi, iqtisadi səmərənin və məhsuldarlığın artmasına, o cümlədən də innovasiyaların və yeni texnologiyaların hərtərəfli tətbiqinə şərait yaradar. Sadəcə təkmil rəqabət şəraitində iqtisadiyyata likvidlik dəstəyini verməklə ixracın təşviqinə və idxalın yerli istehsalla əvəzlənməsinə nail olmaq mümkündür. Çünki, yalnız bu hallarda mövcud yerli xidmətlərin və məhsulların rəqabət üstünlüləri təmin edilə bilər (Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi, 2016: s. 26).

Ümumilikdə isə, dövlətimizin Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik Hesabatında nəticələrini belə qiymətləndirə bilərik ki, ilk dəfə yeni nəsil “4.0” metodologiyasının tamamilə müasir bir yanaşma əsasında hazırlanması və dünyəvi trendləri hesaba alması faktına baxmayaraq, ölkəmiz cürbəcür indikatorlar üzrə inanılmaz nəticələr nümayiş etdirə bilmişdir. İldən ilə artan nailiyyətlər və həyata keçirilən qanunvericilik aktları Azərbaycan üçün gələcəkdə yerdə qalan digər parametrlər tərəfdən də performansın təkmilləşdirilməsi baxımından yeni imkanlar açmağa davam edəcəkdir.

III Fəsil İNNOVASIYALI İDARƏETMƏDƏ SƏMƏRƏLİLİYİN QIYMƏTLƏNDİRİLMƏSİ

3.1. Analizin qoyuluşu və sadə qiymətləndirmə

Üçüncü fəsildə, respublikamızın innovasiya sektorunda baş verən proseslərə və atılan addımlara yanaşmasına, bu addımların bilavasitə ətraf mühitə və cəmiyyətə göstərdiyi təsirə, həmçinin bu təsirin ortaya çıxardığı nəticələrlə bağlı analizlərə və təhlillərə geniş diqqət ayrılacaqdır. Bu sahədə hazırki vəziyyət onu göstərir ki, Azərbaycanda məhz biznes sektorunda belə bir qiymətləndirmənin aparılması aktualdır. Real şəraiti nəzərə alaraq onu qeyd edə bilərik ki, bu növdə tədqiqatların və araşdırmaların keçirilməsi ölkəmizdə fəaliyyət göstərən sahibkarlıq subyektləri ilə bu subyektlərin müştəriləri arasında nə kimi əlaqələrin olmasını ortaya çıxarmaqda açar rol oynayır. O cümlədən, firmaların, təşkilatların və qurumların cari innovasiya siyasətlərinin hansı səviyyədə olduğunu, bir növ onların nəyə qadir olduqlarını öyrənməyə yol açır.

Fikrimizcə, bu istiqamətdə ən izahedici və aydınlaşdırıcı müşahidə üsullarından biri olan anket sorğusundan faydalanmaq daha əlverişli olar. Belə ki, anket üsulu hər bir müşahidə vahidi haqqında zəruri məlumatların toplanılmasını bir mənbədən təmin edir və məlumatların alınmasını daha da asanlaşdırır. Anket üsulu ilə sorğuların aparılması respondentlər arasında məxfiliyin saxlanılmasına gətirib çıxarır. Çünki, bu statistik sorğu növü könüllü və anonim olaraq həyata keçirilir. Sorğu iştirakçılarının sərbəstliyi və onların təqdim edilən suallara səmimi cavablar vermələri alınan nəticələrin dəqiqliyinə əmin olmağa zəmin yaradır.

Anket sorğu nəticəsində əldə olunan cavabların sistemli şəkildə yığılması, müqayisəli təhlillərin aparılması, çıxarılmış cədvəllər əsasında ümumiləşdirilmiş və qruplaşdırılmış kriteriyaların bir araya gətirilməsi, bunların hamısı bəlli riyazi-statistik proqramların köməyi ilə reallaşdırılır. Bu tədqiqat metodları arasında rahatlığı, çevikliyi, məlumatları dəqiq və stabil analiz edə bilməsi ilə seçilən IBM firmasının məhsulu olan SPSS proqramının adını çəkə bilərik. Bəzi müəlliflərin fikirlərinə görə, SPSS tətbiqetməsi informasiyaların statistik emalı üçün nəzərdə

tutulan proqramlar arasında aparıcı mövqe tutur. SPSS proqramının imkanlarına həm müxtəlif növ dəyişənlərdən istifadə, həm əlamətlər, cədvəllər, qrafiklər və diaqramlar tezliyi, həm də əsas təsvir statistikaları daxildir. Bu proqramın köməkliliyi ilə məlumatların daxil edilməsi və saxlanması, mürəkkəb cədvəllərin tərtib edilməsi, habelə analitik tədqiqatların təhlili kimi ağır yüklü əməliyyatlar yerinə yetirilir.

Dissertasiya işində tədqiqatın daha etibarlı olması üçün müxtəlif fəaliyyətlərlə məşğul olan insanların fikirləri anket vasitəsi ilə toplanıb təhlil edilmişdir. Anket 13 sualdan ibarətdir. Tərtib etdiyimiz onlayn anket sorğusu yüz otuz nəfər tərəfindən qiymətləndirilmişdir. Anketin nəticələri SPSS for Windows 16.0 versiyası ilə təhlil edilmiş və aşağıdakı nəticələr əldə olunmuşdur:

Cədvəl 12. Respondentlərin cinsi

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Kişi	67	51.5
Qadın	63	48.5
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 12-dən görüldüyü kimi respondentlərin altmış yeddi nəfəri kişi və altmış üç nəfəri qadın olmuşdur. Ümumi nisbət içində kişilər 51.5%, qadınlar isə 48.5% təşkil etmişdir. Bu cədvəl bizə həmişəki olduğu kimi, bu anketdə də kişilərin daha çox iştirak etdiyini göstərir.

Cədvəl 13. Respondentlərin yaşı

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
16 - 25	41	31.5
26 - 45	59	45.4
46 - 65	29	22.3
65-dən yuxarı	1	0.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Respondentlərin yaşını göstərən cədvəldə 16-25 yaş arası 41 nəfərin, 26-45 aralığında 59, 46-65 intervalında 29 və 65-dən yuxarı isə sadəcə 1 nəfərin olduğunu görə bilirik. Faizlər üzrə ardıcılıq da bizə 26-45 yaş aralığında daha çox iştirakçının olduğunu göstərir. Onların bu qruplaşmada ağırlığı 45.4 faiz təşkil edir. Bu da onu

deməyə haqq qazandırır ki, anketə cavab verənlər cavan və nisbətən orta yaş templərinə uyğun gəlirlər. Onları isə 31.5 faiz ilə 16-25 yaş arası və 22.3 faizlə 46-65 yaş arası insanları izləyir.

Cədvəl 14. Respondentlərin təhsili

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Orta	7	5.4
Peşə-ixtisas	9	6.9
Ali	114	87.7
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Respondentlərin təhsilinə baxarkən deyə bilərik ki, sorğuda ali təhsil almış vətəndaşlar daha aktiv iştirak etmişlər. Belə ki, onların sayı ümumi hesabdən 114 götürmüşdür ki, bu da faiz etibarilə 87.7 etmişdir. Ən az isə orta təhsil görmüş əhalidir. Onların sayı 7, ümumi faiz payından isə 5.4-dür.

Cədvəl 15. Respondentlərin ailə vəziyyəti

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Subay	68	52.3
Evli	62	47.7
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 15-də ailə vəziyyəti subay olanların evli olanlara olan üstünlüyü az da olsa müşahidə olunur. 52.3 faizlə subaylar, 47.7 faizlə evlilər öz aralarında bölgünü müəyyən edirlər.

Cədvəl 16. Respondentlərin tutduğu vəzifələr

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və s.	63	48.5
Mütəxəssis, menecer, dosent, mühasib, mühəndis, elmi işçi və s.	49	37.7
İcraçı direktor, müəssisə rəhbəri, şöbə müdiri, ekspert, professor və s.	18	13.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Respondentlərin tutduğu vəzifələri nümayiş etdirən Cədvəl 16-da 3 ümumi

təbəqə üzrə bölgü verilmişdir. Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və s. bu kimi aşağı vəzifələri tutanlar 48.5 faizlə 63 nəfər, mütəxəssis, menecer, dosent, mühasib, mühəndis, elmi işçi və s. orta vəzifələrdə yerləşənlər 37.7 faizlə 49 nəfər, icraçı direktor, müəssisə rəhbəri, şöbə müdiri, ekspert, professor və s. yüksək vəzifələrdə qərarlaşan insanlar isə 13.8 faizlə 18 nəfər olmuşdur.

Cədvəl 17. Respondentlərin iş fəaliyyəti sahələri

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
İstehsalat	3	2.3
Xidmət	27	20.8
Təhsil	52	40
Turizm	2	1.5
İnşaat	3	2.3
Səhiyyə	3	2.3
Maliyyə	22	16.9
Digər	18	13.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Çalışdığınız şirkət hansı sahədə fəaliyyət göstərir sualına iştirakçıların cavabları 17-ci cədvəldə göstərilib. Burada məhz təhsil sektoruna ağırlığın düşməsi dissertasiyanın elm və tədqiqatyönlü olmasına birmənalı olaraq işarə edir. Təhsil sektorunda işləyənlər anketin böyük bir hissəsini, yəni 52 tezlik olmaqla, 40 faizini təşkil edir. Bundan başqa ilk 3 sahəni xidmət və maliyyə tamamlayır. Uyğun olaraq 27 nəfər və 22 nəfər.

Cədvəl 18. Respondentlərin işləmə müddəti

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1 ildən az	24	18.5
1 - 5 il arası	55	42.3
5 ildən çox	51	39.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

18-ci cədvəldə anketi dolduranların çalışdıqları iş yerində qalma müddətləri əks olunub. Dəyərlər sütunu üzrə ən çox cavab 1 - 5 il arası qeydə alınıb. Bu seçimə 55 nəfər 42.3 faizlə, 51 nəfər isə 39.2 faizlə öz cavablarını verərək paylarını götürüblər. İkinci ən çox cavablandırılan variant isə 51 nəfər olmaqla, 39.2 %-i tutmuşdur. Digər variantlarla müqayisədə ən az isə 100-dən 18.5 % alaraq 24 nəfər qeydə alınmışdır.

Cədvəl 19. Yeni fikirlərlə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	20	15.4
Razıyam	52	40
Qərarlıyam	48	36.9
Razı deyiləm	10	7.7
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

8-ci sualda iştirakçılardan onların iş yerinin innovasiya strategiyaları haqqında fikirlərini aldıq. Belə ki, tez-tez yeni fikirlər axtarışında olmaları ilə razı olanlar 52 nəfərdir və 40 faiz təşkil edir. Qərarlıyam deyənlər 48, tamamilə razı olanlar 20 və razı olmayanlar 10 nəfərdir.

Cədvəl 20. Yeni üsullarla/yollarla bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	19	14.6
Razıyam	55	42.3
Qərarlıyam	44	33.8
Razı deyiləm	12	9.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Yeni üsullarla və ya yollarla bağlı innovasiya strategiyaları barəsində aldığımız cavablar isə belədir: 130 respondentdən 55 iştirakçı razıyam, 44 iştirakçı qərarlıyam, 19 iştirakçı tamamilə razıyam, 12 iştirakçı isə razı deyiləm.

Cədvəl 21. Yaradıcı iş metodları ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	23	17.7
Razıyam	44	33.8
Qərarlıyam	45	34.6
Razı deyiləm	18	13.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Yaradıcı iş metodları ilə bağlı innovasiya strategiyaları cədvəlində birinci pillədə 34.6% göstərici və 45 səsle qərarlıyam variantı dayanmışdır. Bundan başqa 44 səs razıyam, 23 səs tamamilə razıyam və 18 səs razı deyiləm demişdir. Bu kateqoriya üzrə qətiyyənlə razı deyiləm deyən respondentlər müşahidə edilməmişdir. Cədvəldə qərarlıyam, razıyam şərtinə baxanda cəmi 1 səs öndədir.

Cədvəl 22. Bazarda ilk olmaqla bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	6	4.6
Razıyam	33	25.4
Qərarlıyam	57	43.8
Razı deyiləm	26	20
Qətiyyənlə razı deyiləm	8	6.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 22 isə məhsul və xidmətlərin bazarda daha çox ilk olması ilə bağlı innovasiya strategiyalarını qarşıya qoyur. Burada biz qərarlıyam dəyənlərin artıq önə keçdiyini müşahidə edirik. 57 səs 43.8 faizlə seçicilər qərarlıyam variantına üstünlük vermişlər. 33 nəfər isə razı olduğunu, 26 nəfər işlədiyi şirkətin məhsul və xidmətlərinin bazarda ilk olması ilə razı olmadığını açıqlamışdır. Anketin 8-ci sualının əvvəlki cədvəllərindən fərqli olaraq burada qətiyyənlə razı deyiləm variantını 8 nəfər seçmişdir.

Cədvəl 23. Yenilikçilikə risk və müqavimətlə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	4	3.1
Razıyam	15	11.5
Qərarlıyam	50	38.5
Razı deyiləm	48	36.9
Qətiyyənlə razı deyiləm	13	10
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

23-cü cədvəldə yenilikçilik çox riskli olaraq qəbul edilir və müqavimət göstərilir sualına qərarlıyam dəyənlər düz 50 nəfər olmuşdur. Onları 48 səsle razı deyiləm dəyənlər izləyir. Tamamilə razı düşüncəsinə qapılanlar cəmi 4 iştirakçı olmaqla 3.1 faiz toplaya bilmişdir.

Cədvəl 24. Son 5 ildə artan məhsul tədqimatı ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	13	10
Razıyam	34	26.2
Qərarlıyam	59	45.4
Razı deyiləm	21	16.2
Qətiyyənlə razı deyiləm	3	2.3
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Və anketin bu sualının axıncı cədvəlində son 5 ildə artan məhsul tədqimatı ilə bağlı qərarlı olanlar 45.4 faizlə 59 nəfər, razı olanlar 26.2 faizlə 34 nəfər, razı olmayanlar 16.2 faizlə 21 nəfər, tamamilə razı olanlar 10 faizlə 13 nəfər, qətiyyənlər razı olmayanlar isə 2.3 faizlə 3 nəfər olmuşdur.

Cədvəl 25. Şirkətlərdə işçi sayı

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1 - 50	37	28.5
51 - 500	69	53.1
500-dən çox	24	18.5
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 25-də respondentlərin işlədikləri firmalarda işçi sayının 51 - 500 aralığında daha çox təkrarlandığını görmək mümkündür. Anketi dolduranların 69 nəfəri qurumlarında məhz 51-dən çox çalışanın olduğu fikrindədirlər ki, bu da 100 faizin yarısından da çox, yəni 53.1 faiz edir. Bu onu deməyə dəlalət edir ki, anketdə daha çox ortamiqyaslı idarələrin işçiləri iştirak etmişdir. Müəssisəsində 50 və daha az həmkarın olduğunu 37 iştirakçı bildirmişdir. Yalnız 500-dən çox işçinin olduğunu düşüncələr isə digərlərinə nisbətən ən az, yəni 18.5 faizlə 24 insandır.

Cədvəl 26. Şirkətlərin ixracat göstəriciləri

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Heç vaxt	107	82.3
Bəzən	11	8.5
Həmişə	12	9.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

İxracatla bağlı göstəricilərdə 130 iştirakçıdan 107-si heç vaxt öz müəssisələrinin ixracla məşğul olmadığını, başqa sözlə heç vaxt xarici bazarlara məhsul çıxarmadıqlarını demişdir. Bu nəticə əldə etdiyimiz ən yüksək nəticələrdən biri olmuşdur. 82.3 faiz insanın belə fikirdə olması onu deməyə əsas verir ki, ya onlar xidmət sferasında məğuldurlar, ya da onların hazırladıqları məhsullar ancaq yerli bazarları təmin edə bilər. Digər yandan isə 9.2 faizlik hissə, müəssisələrinin həmişə ixracatla məşğul olduğunu vurğulayıb ki, bu da həmin iştirakçıların istehsalat sahəsində çalışmaqlarından xəbər verir. Bəzən seçiminin üstündə isə 11 nəfər

dayanmışdır. 8.5 faizlik toplum aralıqlı interval şəklində ixracla məşğul olduqlarını bildirib. Məsələn, bu o mənaya gələ bilər ki, adını çəkdiyimiz 11 nəfər iri onlayn satış korporasiyası işçiləridir və onların məhsulları bəzi hallarda ölkədən kənarada mübadilə olunur.

Cədvəl 27. Birinci olmağın vacibliyi ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	23	17.7
Razıyam	39	30
Qərarlıyam	47	36.2
Razı deyiləm	19	14.6
Qətiyyənlə razı deyiləm	2	1.5
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

11-ci sualda respondentlərdən onların innovasiya fəaliyyətlərini dəyərləndirmələrini istədik. Yeni xidmətlər, texnika, idarəetmə sistemləri və tətbiqləri yaratmaqda birinci olmağın vacibliyini bildirir sorğusuna 36.2 faiz ehtimalla 47 nəfər qərarlıyam, 39 nəfər razıyam, 23 nəfər tamamilə razıyam, 19 nəfər razı deyiləm və 1.5 dəyərlə cəmi 2 nəfər qətiyyənlə razı deyiləm reaksiyasını vermişlər.

Cədvəl 28. Yeni proqramların və siyasətlərin həyata keçirilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	13	10
Razıyam	40	30.8
Qərarlıyam	50	38.5
Razı deyiləm	26	20
Qətiyyənlə razı deyiləm	1	0.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 28-də yenilikləri təşviq etmək üçün yeni insan resursları proqramları və siyasətlərini həyata keçirməklə bağlı suala 50 nəfər qərarlıyam, 40 nəfər razıyam, 13 nəfər tamamilə razıyam, 26 nəfər razı deyiləm və sadəcə 1 nəfər qətiyyənlə razı deyiləm demişdir. Düşünürük ki, cəmi razı olanlar təşkilatlarındakı insan resursları departamentinin fəaliyyətindən xəbərdardırlar və onun strategiyalarına bələddirlər. Qalan 27 adam bunun tam əksini sübut edirlər.

Cədvəl 29. Yeni iş/biznes imkanlarının axtarılması ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	16	12.3
Razıyam	42	32.3
Qərarlıyam	49	37.7
Razı deyiləm	23	17.7
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Təşkilatınız mövcud xidmətlər üçün yeni iş və ya biznes imkanları axtarır variantını göstərən cədvəldə qərarlıyam deyənələr ilə razıyam deyənələr arasında fərq elə də böyük deyil. Razı deyiləm deyənələr isə 17.7 faizi təşkil edir.

Cədvəl 30. İrimiqyaslı fəaliyyətlərlə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	10	7.7
Razıyam	25	19.2
Qərarlıyam	61	46.9
Razı deyiləm	34	26.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 30-da isə məqsədlərə nail olmaq üçün kiçik miqyaslı dəyişikliklər etmədən iri miqyaslı strateji fəaliyyətlərə üstünlük verir kimi varianta verilən cavablara baxarkən, qərarlıyam deyənələrin həm tezliyi, həm də faiz göstəricisi digər seçimlərə nisbətən daha erkən nəzərə çarpır. 61 nəfərin əksinə olaraq, 34 nəfər bu düşüncə ilə razı olmadıqlarını deyib. Razı olmayanlar tərəfdən baxsaq, yaranmış vəziyyəti bu cür izah edə bilərik ki, müəssisələr hədəflərə ram etmək yolunda xırda addımlara getmədən köklü missiyalara üstünlük verirlər.

Cədvəl 31. İş mühitinin təmin edilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	18	13.8
Razıyam	49	37.7
Qərarlıyam	46	35.4
Razı deyiləm	15	11.5
Qətiyyənlə razı deyiləm	2	1.5
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

İş mühitinin təmin edilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları üzrə razıyam variantının üstündə dayanan 37.7 faizlə 49 iştirakçı, tamamilə razıyam qeyd edənələr

isə 13.8 faizlə 18 nəfər olub. Bu insanlar öz qərarlarını verə biləcək bir iş şəraitində çalışırlar. Razi deyiləm və qətiyyən razı deyiləm variantlarını seçənlər uyğun olaraq, 15 və 2 nəfər olmuşdur. Belə ki, onlar hazırkı iş şərtlərindən narazıdırlar və onların iş performanslarının göstərilməsinə şərait yaradılmır.

Cədvəl 32. Yeni layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	15	11.5
Razıyam	24	18.5
Qərarsızam	54	41.5
Razı deyiləm	34	26.2
Qətiyyən razı deyiləm	3	2.3
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

32-ci cədvəldə isə təşkilatların əsas fəaliyyət sahəsi xaricində yeni layihələr həyata keçirmələri ilə bağlı siyasətinə verilən reaksiyalar göstərilmişdir. Buradakı cavablarda da qərarsızam deyənlər 41.5%-lə öndədir. Lakin, yeni ideyalar və strategiyalarla digər sektorlara da can atan qurumların olduğunu sezirik. Belə ki, toplam şəkildə 39 nəfər, təşkilatlarının bir çox sahələrdə təşəbbüskar olmalarını təsdiq etmişdirlər.

Cədvəl 33. Respondentlərin yeni bir şöbə yaradılması ilə bağlı fikirləri

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
Tamamilə razıyam	46	35.4
Razıyam	52	40
Qərarsızam	32	24.6
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Soruşduğumuz növbəti suallardan biri də iş yerlərində innovativ ideyalar üçün yeni bir şöbə yaradılması ilə bağlı olmuşdur. Yığdığımız cavablar isə iştirakçıların yenilikçi fəaliyyətlə məşğul olan bir şöbəyə ehtiyac duyduqlarını göstərir. Belə ki, 40% bu fikirlə razı olduğunu, 35.4% isə tamamilə razı olduğunu söyləyib. Cəm halda 75 faizdən çox iştirakçı ümumi olaraq belə bir şöbənin yaradılmasını istəyir. Görünən odur ki, müxtəlif iş sahələrində innovativ ideyalar irəli sürən və təşkilatı qabağa aparan biləcək düşünən beyinlərə tələbat var. Ümumiyyətlə isə, bir çox cədvəllərdə sorğu iştirakçılarının qərarsız variantla əl atmalarında əsas səbəb kimi

işçilərin öz qurumları və aktiv olduqları təşkilatlar haqqında məlumatsız olduqlarının və informasiya çatışmazlıqlarına məruz qaldıqlarının şahidi oluruq.

Cədvəl 34. Məhsul innovasiyası üzrə qiymətləndirmə

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1	52	40
2	15	11.5
3	34	26.2
4	21	16.2
5	8	6.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Tərtib etdiyimiz onlayn anket sorğusunun həlledici 13-cü sualında respondentlərdən şirkətlərini innovasiya növləri üzrə qiymətləndirmələrini istədik. Cədvəl 34-dəki cavablarda 130 iştirakçıdan 52-si məhsul innovasiyasını 1 bal ilə dəyərləndirib. Yalnız 8 nəfər öz məhsullarının yeniliklərə tez-tez məruz qaldığını bildiriblər.

Cədvəl 35. Proses innovasiyası üzrə qiymətləndirmə

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1	30	23.1
2	31	23.8
3	40	30.8
4	25	19.2
5	4	3.1
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Növbəti cədvəldə proses innovasiyası üzrə dəyərləndirmə verilmişdir. Proses innovasiyası nəticələrindən də aydın olur ki, bazarın ancaq 3.1 faizi istehsalatda və ya xidmətdə yeniliyə əl atır. 23.1% faizlik paya sahib olanlar elə əhəmiyyətli üsullarla öz fəaliyyətlərini davam etdirirlər.

Cədvəl 36. Xidmət innovasiyası üzrə qiymətləndirmə

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1	25	19.2
2	18	13.8
3	40	30.8
4	29	22.3
5	18	13.8
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Xidmət innovasiyasına diqqət yetirərkən iştirakçıların 30 faizindən çoxunun 3 balla qiymətləndirdiyi görünür. Bu isə ölkənin qurumlarında xidmətə olan yeniliklərin orta səviyyədə dayandığını sübut edir.

Cədvəl 37. Təşkilati innovasiya üzrə qiymətləndirmə

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1	38	29.2
2	37	28.5
3	32	24.6
4	15	11.5
5	8	6.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Təşkilati innovasiya cədvəlində 38 səsle 1 bal, 37 səsle 2 bal ön sıralardadır. Nəzərə alsaq ki, bu göstərici çox aşağıdır və təşkilatdaxili struktur dəyişikliklərinin, vakant yer boşluqlarının, təşkilatdaxili münasibətlərin və bir sıra bu qəbildən olan səbəblərin hələ də aradan qaldırılmadığına işarə edir.

Cədvəl 38. Biznes modeli innovasiyası üzrə qiymətləndirmə

Dəyərlər	Tezliklər	Faizlər
1	58	44.6
2	21	16.2
3	29	22.3
4	14	10.8
5	8	6.2
Cəm	130	100

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Biznes modeli üzrə qiymətləndirmədə isə acınacaqlı hal müşahidə olunur. Belə ki, digər innovasiya növləri arasında ən bərbad vəziyyət məhz buradadır. 58 respondent 44.6% statistika ilə gərginliyin pik həddə olduğunu deyir. Biznes model kompaniyanın analitik vahidini özündə ehtiva edir hansı ki, sistemli şəkildə innovasiyalar üçün başlanğıc nöqtəni müəyyən edir. Bu o mənaya gəlir ki, firmalar öz biznes modellərinin bəlli hissəsini dəyişərək rəqiblər qarşısında üstünlüyə malik ola bilirlər. Lakin bu cədvəl isə bizə bunun tam tərsini göstərir. Azərbaycanın bir çox təşkilatlarının biznes modelinin yenidən qurulmadığını və ya heç mövcud olmadığını deməyə icazə verir.

3.2. Mürəkkəb təhlillərlə təkmilləşdirilmiş qiymətləndirmə

Keçirtdiyimiz onlayn anket sorğusunun ilkin dəyərləndirilməsindən sonra ikinci hissədə Windows üçün nəzərdə tutulan statistik analiz proqramının on altıncı versiyasında daha mürəkkəb təhlillərlə təkmilləşdirilmiş analizə başlayırıq. Belə ki, başlanğıc təhlillərdən sonra qısa olaraq belə qərara gəldik ki, payladığımız onlayn anket sorğusu nəticələrinin daha aydın və detallı incələnməsi üçün araşdırdığımız bu tədqiqat prosesində çarpaz cədvəllərə mütləq əl atmaq lazımdır. Əvvəlki təhlillərdən fərqli olaraq burada nə faizlərin nümayişi, nə də tezliklər olmayacaqdır. Onun əvəzinə isə onlayn anket sorğusundan 2 fərqlənən sual çıxarılıb başabaş müqayisəyə gətiriləcəkdir. Çarpaz cədvəllərin vasitəsilə verilən izahlar analizlərin mülahizələrini və yekunlarını bir az da miqyaslı həcmdə qavramağa yardımçı olur, problemlərə daha yaxından yanaşmağa, qarşıya qoyulan hədəflərə daha tez çatmağa və açar hissələri daha dərinlən başa düşməyə müfəssəl olur.

Cədvəl 39. İş müddətinə görə bazarda ilk olmaqla bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

İş müddəti	Şirkətinizin məhsul və xidmətləri bazarda daha çox ilkdir					
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarlıyam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm	Cəm
1 ildən az	1	4	13	6	0	24
1-5 il arası	1	16	21	14	3	55
5 ildən çox	4	13	23	6	5	51
Cəm	6	33	57	26	8	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Üçüncü fəslin ikinci hissəsinin birinci çarpaz cədvəlində anket iştirakçılarının işləmə müddəti ilə məhsul və xidmətlərin bazarda ilk və ya yeganə olması ilə bağlı innovasiya strategiyaları təqdim edilmişdir. 5-ildən çox işləyənlərin bu suala yalnız 4-ü tamamilə razı olduğunu deyib. 13-ü razı olduğunu, 23-ü qərarlı qaldıqlarını, 6-sı razı olmadıqlarını və sonda 5-i isə qətiyyənlə razı deyiləm cavab verib. Şirkətdə uzun müddət çalışanların qərarlı qalmalarının səbəbi odur ki, ya onlar faydalı işçi deyillər, ya da həmişə olduğu kimi məlumatlılıqdan əziyyət çəkirlər. 1 ildən az işləyənlərin hər nə qədər təşkilat haqqında dəqiq fikirlərinin az olması normal hal kimi qarşılanarsa da eyni şeyi təcrübəli kadrlar haqqında demək olmur. Qərribə haldan

biri də odur ki, işə hələ yeni daxil olanlar öz fikirlərini daha tutarlı formada bildirərək qərarlılıq variantını daha az seçmişlər.

Cədvəl 40. Vəzifələrə görə riskin qəbul edilməsi və müqavimət göstərilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

Vəzifələr	Yenilikçilik çox riskli olaraq qəbul edilir və müqavimət göstərilir					
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarlılıq	Razı deyiləm	Qətiyyətsiz razı deyiləm	Cəm
Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və s.	0	9	26	25	3	63
Mütəxəssis, menecer, dosent, mühasib, mühəndis, elmi işçi və s.	4	2	18	19	6	49
İcraçı direktor, müəssisə rəhbəri, şöbə müdiri, ekspert, professor və s.	0	4	6	4	4	18
Cəm	4	15	50	48	13	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 40-da qarşımızda yenilikçiliyə maneə törədən risklər və müqavimətlərlə bağlı təşkilatın fərqli pillələrindəki işçilərin reaksiyası dayanır. 18 nəfər yüksək vəzifəliyə cəmi 8 nəfərin bu fikirlə heç razılaşmaması ondan xəbər verir ki, bu rəhbərlərin idarələri innovasiya fəaliyyəti ilə daim məşğuldurlar və yeniliklərə çəpər çəkmirlər. Amma 4 müdirin razı olması onların bu vəziyyətlə barışdığını və problemi həll edə bilmədiyini təcəssüm edir. Demək ki, onlar bundan xəbərdardırlar və qurumlarında innovasiyanı bir təhlükə ya da risk kimi görürlər. Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və sairə aşağı rəng kadrlardan 9 nəfər müəyyən qədər nəşə etməyə çalışsa da, onlara imkan yaradılmır. Nəticədə həm biznes sferasında bir çox tutarlı yeni ideyalar itib-batır, həm də əmək fəaliyyəti zamanı yaradılan narahatlıqlar çalışanlar rentabelliyyətinə zərbə vurur. Cəm halda isə əlli iştirakçıdan altmış üç nəfər aşağı vəzifə təmsilçilərindən iyirmi altısı qərarlılıq, qırx doqquz orta vəzifə təmsilçilərindən on səkkizi qərarlılıq yoxdur və on səkkiz yüksək peşə təmsilçilərindən altısı qərar verə bilmirəm deyərək burada da qərarlılıq seçiminə ağırlıq göstərmişlər.

Cədvəl 41. Vəzifələrə görə yeni insan resursları proqramları və siyasətləri ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

Vəzifələr	Təşkilatınız yenilikləri təşviq etmək üçün yeni insan resursları proqramları və siyasətlərini həyata keçirir					
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarlısızam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm	Cəm
Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və s.	10	12	28	12	1	63
Mütəxəssis, menecer, dosent, mühasib, mühəndis, elmi işçi və s.	3	21	18	7	0	49
İcraçı direktor, müəssisə rəhbəri, şöbə müdiri, ekspert, professor və s.	0	7	4	7	0	18
Cəm	13	40	50	26	1	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Təşkilatınız yenilikləri təşviq etmək üçün yeni insan resursları proqramları və siyasətlərini həyata keçirir variantına müxtəlif peşələri tutan adamların cavabları 41-ci cədvəldə qurulub. İnsan resursları proqramları və xidmətləri birliyi işçilərə kömək proqramları, heyətin tanınması yığıncaqları, kadrlardaxili tərəfdaşlıq şəbəkələri, işçilərə xidmət mərkəzləri, öyrənmə və inkişaf, pensiya planlaşdırılması və əmək həyatının qaynaqları kimi informasiyaları təklif edir. Bunları nəzərə alaraq, alt vəzifələrdə qərarlaşan fərdlərin 10-u tamamilə razı, 12-si razı ikən, 12 nəfər razı deyiləm, 1 nəfər isə qətiyyənlə razı olmadığını vurğulayıb. Ümumən isə 130 iştirakçıdan 13-ü tam əmin şəkildə, 40 nəfər isə sadəcə razılığını bildirib. Bütün bu qeyd olunanlar, həmin adamların təşkilat daxilində insan resurslarına verilən dəyərdən, insan kapitalına göstərilən qayğıdan, heyətin idarə edilməsinin və onun təşkilinin yüksək səviyyədə yerləşməsindən xəbərdar olmalarını biruzə verir. Digər yandan direktorların, müəssisə rəhbərlərinin, departament müdirlərinin, ekspertlərin və peşəkarların işgötürənlərin tərtib etdiyi təzə insan resursları proqramlarından və ya tədbirlərindən, habelə şirkət içində əmək motivasiyasının əskikliyindən birmənalı olaraq xoşnud olmadıqlarını görmək mümkündür.

Cədvəl 42. Vəzifələrə görə xidmətlər üçün yeni iş/biznes imkanları ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

Vəzifələr	Təşkilatınız mövcud xidmətlər üçün yeni iş/biznes imkanları axtarır				
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarsızam	Razı deyiləm	Cəm
Məsləhətçi, əməliyyatçı, müəllim, kassir, laborant, texnik və s.	8	15	26	14	63
Mütəxəssis, menecer, dosent, mühasib, mühəndis, elmi işçi və s.	5	18	17	9	49
İcraçı direktor, müəssisə rəhbəri, şöbə müdiri, ekspert, professor və s.	3	9	6	0	18
Cəm	16	42	49	23	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Cədvəl 42-də mövcud xidmətlər üçün yeni iş və ya biznes imkanları axtarılması haqqındakı innovasiya strategiyaları ilə vəzifə öhdəliklərinə sahib olanların qarşılıqlı formada tutuşdurulması nümayiş edilmişdir. İş imkanları (ing. bizopp) alıcılara sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamalarına imkan verən istənilən malların, xidmətlərin, avadanlıqların satışı və ya arendasını özündə birləşdirir. Sadə dildə izah etsək, biznes imkanları alıcılara sahibkarlıq fəaliyyətinə başlamağa icazə verən paket şəklində investisiyalardır. Biznes imkanlardan doğru məqamlarda istifadə edilməsi vacibdir. Biznesə başlamaq həmişə yüksək risk tələb edən bir məşğuliyyətdir. Hətta əgər, siz biznesinizi geniş iqtisadi axınlara qarşı aparmağı gözə alırsınızsa, onda iş imkanlarına müraciət etməyiniz daha optimal çıxış yolu ola bilər.

14 nəfər aşağı ranq vəzifə nümayəndələri və 9 nəfər orta ranq vəzifə tutanlar razı deyiləm cavabı vermişlər. Onların bu addımı elektron öyrənmə, podratçı tövsiyə xidməti, birbaşa satış, ictimaiyyətlə əlaqələr məsləhətçisi və bu qəbildən olan biznes imkanlarından məhrum olmalarına işarə edir. O cümlədən, iş imkanlarının sahib olduğu əməliyyatın sübut olunmuş sistemi, intensiv təlim proqramları, daha yaxşı maliyyə variantları, alıcılıq qabiliyyəti, professional reklam və təşviqat kimi üstünlüklərdən faydalandığına dair 16 nəfər tamamilə razı, 42 nəfər isə qismən razı olduğunu qeyd etmişdir.

Cədvəl 43. İş müddətinə görə işçilərin öz qərarlarını verə biləcəkləri iş mühiti ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

İş müddəti	Təşkilatınız işçilərini öz qərarlarını verə biləcək bir iş mühiti ilə təmin edir					
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarsızam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm	Cəm
1 ildən az	0	6	12	6	0	24
1-5 il arası	1	6	20	22	6	55
5 ildən çox	3	3	18	20	7	51
Cəm	4	15	50	48	13	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

43-cü cədvəldə işçilərin çalışma müddətinə görə öz qərarlarını verə biləcəkləri iş mühiti ilə bağlı innovasiya strategiyaları başabaş müqayisə olunub. 5 ildən çox və 1 - 5 il arası məşğul olan 106 nəfərdən 13-ü və 42-si öz qərarlarını verə biləcək hər hansı bir iş mühitindən məhrumdurlar. Onlar kompetensiyalarını və bacarıqlarını nümayiş etdirə biləcəkləri ab-havanın olmasını istəyirlər. Bu imkansızlıq nəticədə rəhbərliklə yarana biləcək iş münaqişələrinə səbəb olur. Bu da öz növbəsində məhsuldarlığın minimuma enməsinə və ya effektivliyin yox olmasına gətirib çıxarır. 50 nəfər isə iş mühitindən asılı olmayaraq fəaliyyətlərinə davam etməyi uyğun bilirlər. Yalnız 19 nəfər öz həmkarlarından və ona yaradılan şəraitdən məmnun qaldığını vurğulayıb.

Cədvəl 44. İş müddətinə görə əsas fəaliyyət sahəsi xaricində yeni layihələr ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi

İş müddəti	Təşkilatınız əsas fəaliyyət sahəsi xaricində yeni layihələr həyata keçirir					
	Tamamilə razıyam	Razıyam	Qərarsızam	Razı deyiləm	Qətiyyənlə razı deyiləm	Cəm
1 ildən az	1	6	16	1	0	24
1-5 il arası	7	15	20	12	1	55
5 ildən çox	5	13	23	8	2	51
Cəm	13	34	59	21	3	130

Mənbə: SPSS proqramından çıxan nəticələr əsasında müəllif tərəfindən tərtib olunub

Sonda dissertasiyanın axırncı cədvəli olan əsas fəaliyyət sahəsi xaricində yeni layihələr həyata keçirilməsi üzrə təhlil aparılır. Cədvələ diqqət yetirərkən, burada ən çox qərarsızam dəyənlər nəzərə çarpır. Onlar 59 nəfər olmaqla böyük üstünlük sahibidirlər. Bu iştirakçılar müəssisələrinin fərqli təsərrüfatlarda rəqabət aparması ilə bağlı hər hansısa informasiyaya sahib deyillər. Və bəlli bir hal var ki, işçilərin iş

müddətləri artdıqca, paralel olaraq onların qərarlı variantını seçmələrinin artması da görünür. Bu cavablardan aydın olur ki, bəzi işçilər razı deyiləm deməklə firmalarının onlara yad olan sahələrə can atmamalarına işarə ediblər. Belə cəmiyyətlər bunu əlavə xərc və vaxt itkisi kimi dəyərləndirirlər. Halbuki, praktikalarda daxili və xarici bazarları ələ alan iri holdinqlərin təkə ixtisaslaşdığı və mənfəət qazandığı bazarları yox, hətta onlara mümkün görünən bazarlara daxil olmaq üçün cəhd etdiklərinə də rast gəlinir. Və belə müəssisələrin qısamüddətli dövrdə çətinliklərlə üzləşmələrinə baxmayaraq, uzunmüddətli dövrdə sabit tempə davam etmələri uğurlu taktika seçdiklərinə bariz nümunə kimi verilə bilər.

NƏTİCƏ VƏ TƏKLİFLƏR

Çağdaş zəmanənin fonunda, innovativ kəşflərin ildən ilə şaxələnməsi və davamlı şəkildə progressiv addımlarla dünya təsərrüfatlarına sürətlə yayılması ölkələrin ərazisindəki biznes sahibkarlıqlarından da yan keçməmişdir. Təsadüfi deyil ki, gələcək illəri əhatə edən inkişaf planlarında da məhz innovasiyalara və onların müəssisələr üzərində yaratdığı pozitiv təsirlərə təfsilatlı yer ayrılmışdır. Elə bu səbəbdəndir ki, dissertasiya işində bəlli hədəf kimi qaçılmaz tətbiqetmələrin real həyatdakı problemlərini ələ almaq zərurəti yaranmışdır.

Hətta ölkəmizdə də ticarət subyektlərinin davranış mexanizmlərini əlaqələndirmək, onları fəal rəqabət münasibətlərinə sövq etmək son dərəcə əhəmiyyət kəsb edir. Dissertasiya işində milli iqtisadiyyatın bütün alt qruplarında həyata keçirilən ya da keçirilməli olan islahatların, qanunların və yeniliklərin elmi-texniki və sosial-iqtisadi proseslərə təsiri dəyərləndirilmiş və rəşional nəticələr çıxardılmışdır. Tədqiqat işimizin ümumi nəticələri bu fikirləri əldə bayraq etməyə əsas verir ki, hələ də respublikamızda innovasiya fəaliyyətində görülməçək işlər çoxdur.

Azərbaycanda biznesin təşviqi mühitinin ümumdünya reytinglərində əks olunması xüsusi əhəmiyyət kəsb edir. Belə ki, tezisimizin ikinci fəslində bir neçə beynəlxalq səviyyəli təlimatnamələri araşdırdığımız zaman ortaya çıxan bəzi nüanslar bizə bundan sonra mövcud tapşırıqları fərqli istiqamətlərdə bir daha nəzərdən keçirtməyə kömək etdi. Bununla əlaqəli, Biznes Fəaliyyətinin Asanlığı reytinglərində açıqlanan siyahılarda Qafqaz regionu dövlətləri arasında hələ də lider ola bilməməyimiz düşündürücü məqamlardandır. Biznes Fəaliyyətinin Asanlığı reytingləri ilə yanaşı Qlobal Rəqabətqabiliyyətlik İndekslərində də həll olunmalı problemlər çoxdur. Buna baxmayaraq, beynəlxalq reytinglərdə ildən-ilə artan templərin mövcudluğu gələcəkdə dünyada biznesin aparılmasının sadələşdirilməsi baxımından top ölkələrdən biri olacağımıza inam yaradır. Ölkəmizin ümumdünya reytinglərində mövqeyini nəzərəçarpacaq dərəcədə yaxşılaşdırması üçün aşağıdakı istiqamətlərdə fəaliyyətini şaxələndirməsi məqsədəuyğundur:

- qabaqcıl beynəlxalq təcrübəyə əsaslanmaqla qanunvericiliyi təkmilləşdirmək
- qərarların qəbul edilməsini və dərhal icrasını həyata keçirtmək
- şəffaf və rəqabətədavamlı biznes mühitini təşviq etmək
- bazarlara girişi və çıxışı asanlaşdırmaq

Üçüncü fəsildə isə onlayn anket sorğu üsulunun köməyi ilə statistik müşahidə aparılmışdır. Cədvəllərə verilən izahlardan çıxan nəticələrdə çoxlu sayda idarələrin təşkilati innovasiyalar, xüsusən də biznes modeli innovasiyaları baxımından əskiklik yaşamasını müşahidə etdik. Həmçinin görünən odur ki, işçi qüvvəsinin əlamətdar hissəsi lazımı dərəcədə öz əmək fəaliyyətləri haqqında məlumatlı deyillər. Bu da öz növbəsində onların əmək qabiliyyətlərinin itirilməsinə şübhəsiz ki, güclü təsir göstərir. Yuxarıda deyilənlərə məntiqli sonluq kimi respublikamızda innovasiya qarşısında duran problemlərə öz təkliflərimizi veririk:

- daxili ictimaiyyətin məlumatlandırılmasında iqtisadi islahatların effektivliyini gücləndirmək
- innovasiya infrastrukturunun resurs təchizatını təkmilləşdirmək
- elmi ixtiraların bazarlara maneəsiz çıxışını təmin etmək
- investisiyaları yeni ideyaların və kəşflərin axınına yönəltmək
- şirkətlərin biznes modellərini yenidən gözdən keçirtmək
- əlverişli innovativ sahibkarlıq mədəniyyətini qurmaq
- təşkilatdaxili həvəsləndirici təlimləri artırmaq və işçiləri mükafatlandırmaq
- təcrübəli kadrların itirilməsinin qarşısını almaq
- texnoparklarda yaradılan məhsulun keyfiyyətini maksimuma çatdırmaq
- novator fəaliyyəti üçün əlavə resursların cəlbi

ƏDƏBİYYAT SİYAHISI

Azərbaycan dilində

1. Abbasov A.B. (2005), Biznesin Əsasları. Bakı: “Nurlan”, 656 s.
2. Abbasov A.B. (2011), Biznesin Təşkili və İdarə Edilməsi. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 464 s.
3. Atakişiyev M.C., Süleymanov Q.S. (2011), İnnovasiya menecmenti. Bakı: “Təfəkkür Nəşriyyatı”, 136 s.
4. Azərbaycan Respublikasında kiçik və orta sahibkarlıq səviyyəsində istehlak mallarının istehsalına dair Strateji Yol Xəritəsi – 2016, 96 s.
5. Azərbaycan Respublikasının milli iqtisadiyyat perspektivi üzrə Strateji Yol Xəritəsi – 2016, 111 s.
6. Azərbaycanda İqtisadi İslahatların Həyata Keçirilməsi Xüsusiyyətləri və Problemləri // Elmi əsərlər toplusunun bülleteni. “İnnovasiya” cib kitabçası – 2018, 35 s.
7. Azərbaycanda Kiçik və Orta Müəssisələr üzrə Araşdırma – 2009, 170 s.
8. Azərbaycanda Kiçik və Orta Sahibkarlıq. Statistik Məcmuə – 2017, 193 s.
9. Azərbaycanın Statistik Göstəriciləri – 2017
10. Beynəlxalq təcrübə əsasında innovasiya mərkəzlərinin yaradılması üzrə təklif və tövsiyələr – 2017, Bakı: “Çap ART” Nəşriyyatı 32 s.
11. Əliyev M.Ə. (2010), Biznesin təşkili və idarə edilməsi. Bakı.
12. Əliyev T.N., Babayev L.B. (2013), Regional innovasiya sisteminin təşkili və idarə edilməsi. Bakı: “Elm və Təhsil”, 272 s.
13. Əzizova G.A. (2012), Dövlətin investisiya-innovasiya siyasəti. Bakı: “İqtisad Universiteti” Nəşriyyatı, 212 s.
14. Hübətov R. (2012), İnnovasiya menecmenti. Bakı, 74 s.
15. Hüseynova A.D. (2013), Azərbaycanda innovasiya potensialının təhlili. Bakı: “Elm və Təhsil”, 385 s.
16. Hüseynov T.Ə. (2009), Firmanın iqtisadiyyatı. Bakı: “Azərnəşr”, 600 s.
17. Hüseynov T.Ə. (2005), Müəssisənin iqtisadiyyatı. Bakı: “Azərnəşr”, 560 s.

18. İnnovasiya Fəaliyyəti Haqqında Bir Sıra Stimullaşdırıcı Mexanizmlər – 2017, 36 s.
19. Manafov Q.N. (2011), Sahibkarlıq nəzəriyyəsi. Bakı.
20. Musayev A. (2014), İnnovasiya iqtisadiyyatı və vergi stimullaşdırılması. Bakı: “Azərbaycan Universiteti” Nəşriyyatı, 184 s.
21. Nəcəfov Z.M. Milli innovasiya sistemlərinin əsasları. Bakı: “Elm və Təhsil”, 179 s.
22. Niftullayev V.M. (2002), Sahibkarlığın Əsasları. Bakı: “Zaman” Nəşriyyatı, 618 s.
23. Qasimov F.H., Həsənova P.Ə. (2010), Azərbaycanda təbii inhisarçılıq sferasında innovasiya fəaliyyəti. Bakı: “Elm və Təhsil”, 300 s.
24. Qasimov F.H., Əliyev T.N., Nəcəfov Z.M. (2013), Milli innovasiya sisteminin təşkili və idarə edilməsi. Bakı: “Elm və Təhsil”, 680 s.
25. Qasimov F.H., Nəcəfov Z.M. (2009), İnnovasiyalar: yaranması, yayılması və inkişaf perspektivləri. Bakı: “Elm”, 416 s.
26. Qurbanov N.Ə. (2013), İnnovasiya menecmenti. Bakı.
27. Tağıyev A.H., Aslanzadə İ.A. (2017), İnnovasiya menecmenti. Dərs vəsaiti, I hissə. Bakı, 368 s.
28. Tağıyev A.H., Aslanzadə İ.A. (2017), İnnovasiya menecmenti. Dərs vəsaiti, II hissə. Bakı, 352 s.
29. Tağıyev A.H. (2011), İnnovasiya (1 sayılı broşura). Bakı: “Təknur”, 45 s.
30. Tağıyev A.H. (2012), İnnovasiya (2 sayılı broşura). Bakı: “Təknur”, 56 s.
31. Tağıyev A.H. (2012), İnnovasiya (3 sayılı broşura). Bakı: “Təknur”, 64 s.
32. Tağıyev A.H. (2012), İnnovasiya (5 sayılı broşura). Bakı: “Təknur”, 54 s.
33. Tağıyev A.H. (2016), Azərbaycan Respublikasında əhəlinin innovasiya fəallığının yüksəldilməsi problemləri (IX sayılı broşura). Bakı: “Təknur”, 96 s.
34. Tağıyev A.H., Köçərli H.R. (2013), İnnovasiya siyasəti. Bakı: “Təknur”, 160 s.
35. Tağıyev A.H., Səfərov Q.Ə. (2013), İnnovasiya layihələrinin menecmenti. Bakı: “Elm və Təhsil”, 284 s.

36. Texnologiyaların innovasiya yönümlülüğünün müəyyən edilməsi üçün müstəqil ekspertizanın aparılması metodologiyası – 2017, Bakı: “Çap ART” Nəşriyyatı, 76 s.

Xarici dillərdə

1. Demirci, Ahmet Emre. (2012), Temel Kavramlar, Yenilik Yönetimi, Ed: Cevahir Uzkurt ve Ahmet Emre Demirci. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayını.

2. Güleş H. Kürşat ve Bülbül Hasan. (2004), Yenilikçilik, İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı. Ankara: Nobel Basım Yayın.

3. Özkent Bora. (2015), Adım Adım İnovasyon. Ankara: Elma Yayınevi.

1. Алексеев А. Н. (2013), Развитие инновационной среды на федеральном и региональном уровне // Транспортное дело России.

2. Бабкина Е.В., Пазушкин П.Б. (2016), Инновационный менеджмент. 223 с.

3. Ефимова Н.Ф., Маховикова Г.А. (2010), Инновационный менеджмент. М.: Эксмо, 208 с.

4. Колосова Т.В. (2010), Формирование и эффективное использование инновационного потенциала предприятия: Монография / Т.В. Колосова. – Н.Новгород: ННГАСУ. – 10 п.л.

5. Медынский В.Г. (2008), Инновационный менеджмент. М: Инфра-М, 295 с.

6. Палей Т.Ф. (2011), Инновационный Менеджмент. Изд. 2-ое, перераб. доп. – Казань: Изд-во “Фолиантъ”, 162 с.

7. Фатхутдинов Р.А. (2011), Инновационный менеджмент: Учебник для вузов. 6-е изд. СПб.: Питер, 448 с.

8. Филатов В. В., Алексеев А. Н. (2011). Социально-экономическая сущность агропродовольственного рынка // В мире научных открытий. Т. 15. № 3.

9. Швандар В.А., Горфинкель В.Я. (2013), Инновационный Менеджмент. Проспект.

1. Doing Business Report. World Bank Group, 2019, 304 p.

2. Doing Business Report. World Bank Group, 2018, 305 p.

3. Doing Business Report. World Bank Group, 2017, 348 p.
4. Doing Business Report. World Bank Group, 2016, 340 p.
5. Doing Business Report. World Bank Group, 2015, 320 p.
6. Entrepreneurship and Innovation: Global Insights from 24 Leaders Edited by James C. Barrood. Rothman Institute of Entrepreneurship, 2010
7. Eric von Hippel. Free Innovation. The MIT Press, 2017, 236 p.
8. Grimes D., Edelstein J., De Pietro R. and others. Business Incubation Works. Athens, Ohio: National Business Incubation Association, 1997.
9. Journal of Economics, Business and Management, Vol. 3, No. 4, April 2015
10. Oslo Manual. Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data 3rd edition. OECD Publishing, 2005, 163 p.
11. Oslo Manual. Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation 4th Edition. OECD Publishing, 2018, 254 p.
12. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum, 2018, 657 p.
13. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum, 2017-2018, 381 p.
14. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum, 2016-2017, 383 p.
15. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum, 2015-2016, 385 p.
16. The Global Competitiveness Report. World Economic Forum, 2014-2015, 549 p.

İnternet resursları

1. <https://searchcio.techtarget.com/definition/business-innovation> - 2017
2. <https://www.raconteur.net/business-innovation/business-innovation-guide> - 2018
3. <http://reports.weforum.org/global-competitiveness-report-2018/>
4. <http://www.doingbusiness.org/en/reports/global-reports/doing-business-2019>
5. <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>
6. https://en.wikipedia.org/wiki/Main_Page

Cədvəl 1. Müxtəlif illərdə alimlərə görə innovasiyanın tərifləri

İllər	Alimlər	İnnovasiyanın təsvir xüsusiyyəti
1934	Schumpeter	İnkişafın hərəkətverici qüvvəsi
1966	Schmookler	Texniki dəyişiklik
1967	Becker/Whisler	İdeyanın ilk dəfə tətbiqi
1976	Downs/Mohr	Təşkilatlarda fərqli üsul
1980	Goldhar	Proseslərin cəmi kimi vurğulanması
1982	Freeman	Ticarət məqsədli proseslərin toplamı
1982	Moore/Tushman	Bazardakı ehtiyacın nəticəsi
1985	Drucker	Dəyişikliyi təmin edən vasitə
1985	Rotwell/Gardiner	Fərqliliyinə görə innovasiya növü
1987	Roberts	İcad və fikir istiqamətlidir
1990	Porter	Rəqabət üstünlüyü təmin edir
1999	Motwani	Proses yaratması
2000	Janszen	Qlobal rəqabətin diqqət mərkəzində olması
2000	Szeto	Dəyişiklik müddətidir
2001	Drucker	Resurslarla yeni potensialın yaradılması
2003	Coulter	Fəaliyyət baxımından təşkilat xarakteristikası
2006	Lipit	Bazarda olmaq üçün məqsəd
2009	Kusiak	Məlumatı istifadə edən yenilənmə prosesi

Mənbə: Hüseyin Kaplan, İşlətmələrin İnovasyon Yapma Nedenleri İle Sahip Oldukları İnovasyon Çıktıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Üniversitesi, 2010, ss.7

Cədvəllərin siyahısı

Cədvəl 1. Müxtəlif illərdə alimlərə görə innovasiyanın tərifləri.....	73
Cədvəl 2. Biznes Fəaliyyətinin Asanlıqı Reytinqi 2018.....	32
Cədvəl 3. Son 5 ildə Azərbaycanın biznes fəaliyyətinin asanlıqı reytinqlərində statistikası.....	33
Cədvəl 4. 2018-ci il üçün qonşu ölkələrlə müqayisədə Azərbaycanın keçirdiyi islahatlar.....	35
Cədvəl 5. 2018-ci ildə Azərbaycanın 10 islahat üzrə tutduğu mövqedə qonşu ölkələrlə müqayisəsi.....	37
Cədvəl 6. Qlobal Rəqabətqabiliyyətlilik İndeksi 2018.....	41
Cədvəl 7. 2014-cü ildən bəri Azərbaycanın rəqabətqabiliyyətlilik indekslərində statistikası.....	42
Cədvəl 8. Son indeksdə Azərbaycanın iqtisadi profilinin qonşu dövlətlərlə müqayisəsi.....	43
Cədvəl 9. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlilik indeksində həmsərhəd ölkələrlə infrastruktur göstəricisində müqayisəsi.....	44
Cədvəl 10. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlilik indeksində həmsərhəd ölkələrlə biznes dinamizmi göstəricisində müqayisəsi.....	45
Cədvəl 11. Azərbaycanın son rəqabətqabiliyyətlilik indeksində həmsərhəd ölkələrlə innovasiya qabiliyyəti göstəricisində müqayisəsi.....	46
Cədvəl 12. Respondentlərin cinsi.....	50
Cədvəl 13. Respondentlərin yaşı.....	50
Cədvəl 14. Respondentlərin təhsili.....	51
Cədvəl 15. Respondentlərin ailə vəziyyəti.....	51
Cədvəl 16. Respondentlərin tutduğu vəzifələr.....	51
Cədvəl 17. Respondentlərin iş fəaliyyəti sahələri.....	52
Cədvəl 18. Respondentlərin işləmə müddəti.....	52
Cədvəl 19. Yeni fikirlərlə bağlı innovasiya strategiyaları.....	53
Cədvəl 20. Yeni üsullarla/yollarla bağlı innovasiya strategiyaları.....	53

Cədvəl 21. Yaradıcı iş metodları ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	53
Cədvəl 22. Bazarda ilk olmaqla bağlı innovasiya strategiyaları.....	54
Cədvəl 23. Yenilikçiliyə risk və müqavimətlə bağlı innovasiya strategiyaları	54
Cədvəl 24. Son 5 ildə artan məhsul tədqimatı ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	54
Cədvəl 25. Şirkətlərdə işçi sayı.....	55
Cədvəl 26. Şirkətlərin ixracat göstəriciləri.....	55
Cədvəl 27. Birinci olmağın vacibliyi ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	56
Cədvəl 28. Yeni proqramların və siyasətlərin həyata keçirilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	56
Cədvəl 29. Yeni iş/biznes imkanlarının axtarılması ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	57
Cədvəl 30. İrimiqləşli fəaliyyətlərlə bağlı innovasiya strategiyaları.....	57
Cədvəl 31. İş mühitinin təmin edilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	57
Cədvəl 32. Yeni layihələrin həyata keçirilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyaları.....	58
Cədvəl 33. Respondentlərin yeni bir şöbə yaradılması ilə bağlı fikirləri.....	58
Cədvəl 34. Məhsul innovasiyası üzrə qiymətləndirmə.....	59
Cədvəl 35. Proses innovasiyası üzrə qiymətləndirmə.....	59
Cədvəl 36. Xidmət innovasiyası üzrə qiymətləndirmə.....	59
Cədvəl 37. Təşkilati innovasiya üzrə qiymətləndirmə.....	60
Cədvəl 38. Biznes modeli innovasiyası üzrə qiymətləndirmə.....	60
Cədvəl 39. İş müddətinə görə bazarda ilk olmaqla bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	61
Cədvəl 40. Vəzifələrə görə riskin qəbul edilməsi və müqavimət göstərilməsi ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	62
Cədvəl 41. Vəzifələrə görə yeni insan resursları proqramları və siyasətləri ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	63
Cədvəl 42. Vəzifələrə görə xidmətlər üçün yeni iş/biznes imkanları ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	64

Cədvəl 43. İş müddətinə görə işçilərin öz qərarlarını verə biləcəkləri iş mühiti ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	65
Cədvəl 44. İş müddətinə görə əsas fəaliyyət sahəsi xaricində yeni layihələr ilə bağlı innovasiya strategiyalarının müqayisəsi.....	65

Qrafiklərin siyahısı

Qrafik 1. İnnovasiya fəaliyyəti subyektlərinə göstərilən xidmətlərə görə təşkilatların alt sistemləri.....	14
Qrafik 2. Uzunmüddətli dövrdə məhsul və proses innovasiyaları arasında əlaqə.....	19
Qrafik 3. Azərbaycanın son 5 ildə biznes fəaliyyətinin asanlıığı reytinglərindəki xal fərqləri.....	34